POLIPOESÍA:
EL OFICIO DEL POETA EN EL SIGLO XXI

Manual de profesionalización poética

Juan Carlos Rodríguez Soriano

POLIPOESÍA:
EL OFICIO DEL POETA EN EL SIGLO XXI

Manual de profesionalización poética

Juan Carlos Rodríguez Soriano

Primera edición digital, agosto de 2026

© 2026, Juan Carlos Rodríguez Soriano
Todos los derechos reservados.

Esta obra ha sido registrada en el Registro de Propiedad Intelectual **Safe Creative**
con el código de identificación: 2608206784274

Se permite el uso con las condiciones descritas en la licencia:

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0.

"Nadie enseña a ser poeta.

Pero sí se puede aprender a sostener una vida dedicada a la poesía."

Ediciones Bitácora del Alma

INDICE

PRÓLOGO Y METODOLOGÍA

- Introducción: por qué este manual
- Metodología de estudio
- Glosario de términos esenciales
- Cómo usar este manual para convertirte en experto

SOBRE LAS FUENTES Y LA METODOLOGÍA

AVISO LEGAL Y DE RESPONSABILIDAD

BLOQUE I: FUNDAMENTOS DEL ECOSISTEMA POÉTICO

- Capítulo 1: El mercado del libro en España y su evolución
  - 1.1. Datos macroeconómicos del sector editorial (2023-2025)
  - 1.2. Hábitos de lectura en España
  - 1.3. Peso específico de la poesía en el mercado global
  - 1.4. Análisis de tiradas, precios y royalties
  - 1.5. El papel de las librerías y los canales de distribución
- Capítulo 2: Los agentes del ecosistema poético
  - 2.1. Editoriales: clasificación por tamaño y línea editorial
  - 2.2. Distribuidoras y su papel en la cadena del libro
  - 2.3. Críticos literarios y prescriptores de opinión
  - 2.4. El rol del lector de poesía: perfiles y hábitos de compra
  - 2.5. Instituciones públicas y privadas que financian la poesía
- Capítulo 3: El poeta como profesional
  - 3.1. Construcción de la identidad pública del poeta
  - 3.2. Ética y deontología profesional
  - 3.3. Redes de contactos: asociaciones, colectivos y gremios
  - 3.4. La cuestión del seudónimo y la marca personal
- Ejercicios del Bloque I

BLOQUE II: PROCESO EDITORIAL Y PUBLICACIÓN

- Capítulo 4: Itinerarios de publicación
  - 4.1. Mapa de las cuatro rutas
  - 4.2. Análisis de costes y beneficios de cada ruta
  - 4.3. Decisiones estratégicas según el perfil del poeta
  - 4.4. Casos de estudio comparados
  - 4.5. La importancia de la promoción
- Capítulo 5: La publicación tradicional
  - 5.1. Cómo investigar y seleccionar una editorial
  - 5.2. Protocolo de envío de manuscritos

5.3. Preparación formal del manuscrito
5.4. Tiempos de espera y gestión del rechazo
5.5. La relación editor-autor después de la aceptación
Capítulo 6: Premios literarios
6.1. Tipología de premios: nacionales, internacionales, locales
6.2. Premios con dotación económica vs. premios con edición
6.3. Estrategias de presentación a concursos
6.4. Análisis de bases y errores más comunes
6.5. Cómo gestionar el éxito de un premio
6.6. Ejemplos de convocatorias vigentes
Capítulo 7: La coedición y la autopublicación
7.1. Coedición: ventajas, desventajas y rentabilidad real
7.2. Qué debe incluir una coedición seria
7.3. Autopublicación en Amazon KDP y BUBOK
7.4. La imprenta tradicional para tiradas cortas
7.5. Herramientas de maquetación y diseño
7.6. Estrategias de fijación de precios
Ejercicios del Bloque II
BLOQUE III: PROMOCIÓN Y CIRCULACIÓN DE LA OBRA
Capítulo 8: Revistas literarias como escaparate
8.1. Revistas físicas vs. digitales: prestigio y alcance
8.2. Cómo seleccionar una revista para enviar
8.3. Protocolo de envío y seguimiento
8.4. Construcción de un currículum de publicaciones
8.5. Publicar en revistas antes del primer libro
Capítulo 9: Festivales, ciclos y ferias
9.1. Calendario nacional de festivales de poesía
9.2. Cómo participar como autor emergente
9.3. Ferias internacionales: Guadalajara, Bogotá, Lisboa
9.4. Ciclos de poesía en centros culturales y bibliotecas
9.5. Networking y relaciones públicas en eventos
Capítulo 10: Escena y recital
10.1. Técnicas de lectura dramatizada y performance
10.2. Poesía escénica y spoken word
10.3. El recital como espectáculo: montaje y puesta en escena
10.4. Grabación de vídeos para redes sociales
10.5. Colaboraciones con músicos y otros artistas
Ejercicios del Bloque III
BLOQUE IV: FINANCIACIÓN Y SUBSISTENCIA

Capítulo 11: Becas, ayudas y residencias

11.1. Introducción al sistema de ayudas en España

11.2. Ayudas a la creación del Ministerio de Cultura

11.3. Ayudas autonómicas y provinciales

11.4. Residencias literarias

11.5. Ayudas a la movilidad

11.6. Fundaciones privadas que financian la poesía

11.7. Guía tarifaria para saber cuánto cobrar por eventos

Capítulo 12: Podcast, radio y laboratorios de poesía

12.1. El formato podcast como canal de difusión

12.2. Radios públicas y espacios colaborativos

12.3. Instituciones, fundaciones y empresas privadas que trabajan con poesía

12.4 Laboratorios de poesía

12.5. El poeta como agente cultural

Ejercicios del Bloque IV

BLOQUE V: DERECHOS Y ASPECTOS LEGALES

Capítulo 13: Derechos de autor y contratos editoriales

13.1. Propiedad intelectual en poesía: fundamentos y protección

13.2. Registro de derechos de autor: ¿es necesario?

13.3. Tipos de contratos editoriales: edición, cesión y licencia

13.4. Cláusulas esenciales del contrato editorial

13.5. Cesión de derechos digitales y audiolibros

Capítulo 14: Gestión de riesgos y conflictos

14.1. ¿Qué es el plagio en poesía? Límites legales y éticos

14.2. La intertextualidad creativa vs. el plagio

14.3. Plagio académico vs. plagio creativo

14.4. Qué hacer si detectan plagio de tu obra

14.5. Impagos y cómo reclamar

14.6. Asesoramiento legal: la importancia de un abogado especializado

Ejercicios del Bloque V

BLOQUE VI: ESTRATEGIA DE CARRERA Y VISIÓN DE FUTURO

Capítulo 15: Construcción de una carrera sostenible

15.1. El poeta como gestor de sí mismo

15.2. Planificación anual de actividades

15.3. La importancia de la comunidad de lectores

15.4. Gestión del fracaso y la crítica

15.5. Emprendimiento cultural y búsqueda de mecenazgo

Capítulo 16: Tendencias y futuro de la poesía

16.1. Nuevos formatos: poesía audiovisual, NFT y metaverso

16.2. El impacto de la inteligencia artificial en la poesía
16.3. La poesía como herramienta social y terapéutica
16.4. El mercado internacional: oportunidades en América Latina y Europa
16.5. Voces expertas: análisis de entrevistas a figuras clave
Conclusiones generales
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DOCUMENTALES
Organismos e informes oficiales
Legislación y marco jurídico
Edición, industria editorial y publicación
Escritura, carrera literaria y profesionalización
Poesía contemporánea y crítica literaria
Editoriales, premios y entidades de referencia
Plataformas y herramientas profesionales
Entrevistas, artículos y materiales especializados
NOTA DEL AUTOR
ANEXOS
Anexo 1: Directorio de editoriales de poesía en España
Anexo 2: Directorio de premios de poesía
Anexo 3: Directorio de residencias literarias
Anexo 4: Modelo de dosier de prensa
Anexo 5: Modelo de propuesta cultural para ayuntamientos

PRÓLOGO Y METODOLOGÍA

Introducción: por qué este manual

Polipoesía es un manual integral que rompe con la imagen romántica del poeta solitario y aislado, para presentar al creador contemporáneo como un **agente cultural multifacético**: escritor, performer, gestor, editor, docente y estratega de su propia carrera.

Este manual no enseña a escribir poemas —eso es algo que el lector ya sabe o aprenderá por otros medios—, sino a **situar la poesía en el mundo**, a navegar el complejo entramado de editoriales, premios, becas, festivales, contratos y derechos que conforman el ecosistema poético del siglo XXI.

Con un enfoque práctico, datos verificados del sector editorial español y referencias a casos reales —incluyendo la trayectoria del polipoeta Gonzalo Escarpa—, este manual proporciona al poeta las herramientas para:

- Comprender el mercado editorial y su evolución.
- Elegir el itinerario de publicación más adecuado (tradicional, premio, coedición o autopublicación).
- Preparar manuscritos, dossieres y propuestas profesionales.
- Navegar el sistema de becas, residencias y ayudas a la creación.
- Construir una comunidad de lectores y una presencia escénica sólida.
- Conocer y negociar contratos editoriales y derechos de autor.
- Planificar una carrera sostenible en un ecosistema cambiante.

Polipoesía es el manual que todo poeta necesita para convertir su vocación en un oficio, sin perder por ello el alma de su arte.

Metodología de estudio

Este manual está concebido como un texto de estudio, no como una lectura superficial. Para aprovecharlo al máximo:

1. **Lectura activa**: subraya, anota, cuestiona. Cada capítulo incluye preguntas de reflexión que te ayudarán a aplicar los conceptos a tu situación personal.
2. **Investigación complementaria**: los datos y cifras que aquí se presentan proceden de fuentes oficiales —principalmente la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y el Ministerio de Cultura— y están verificados. No obstante, el sector cambia; conviene consultar fuentes actualizadas periódicamente.
3. **Ejercicios prácticos**: al final de cada bloque encontrarás propuestas de acción. Realízalas. Un manual se aprende haciendo.
4. **Uso del glosario**: en el manual encontrarás un glosario de términos esenciales. Consúltalo siempre que encuentres una palabra o concepto que no domines.

Glosario de términos esenciales

Anticipo: cantidad que la editorial paga al autor a cuenta de futuros royalties. Se descuenta de las ventas posteriores.

Coedición: fórmula editorial en la que el autor financia total o parcialmente la impresión del libro a cambio de la publicación por parte de la editorial.

Depósito Legal: número que identifica una publicación ante la biblioteca nacional. Obligatorio para todos los libros impresos.

ISBN (International Standard Book Number): identificador único para cada edición de un libro. Permite su comercialización y localización en el mercado.

Manuscrito: en el contexto editorial, el texto original que el autor envía a una editorial para su valoración.

Premio: en el ámbito literario, concurso que otorga un reconocimiento (económico y/o editorial) a la mejor obra presentada.

Royalty: porcentaje que el autor recibe por cada ejemplar vendido de su obra.

Tirada: número total de ejemplares impresos en una edición.

Cómo usar este manual para convertirte en experto

La estructura del manual sigue un recorrido lógico: desde el conocimiento del mercado (Bloque I) hasta la gestión de una carrera sostenible (Bloque VI). Cada bloque es autónomo, pero su lectura secuencial proporciona una visión integrada del ecosistema.

Al finalizar el manual, habrás adquirido competencias en:

- Análisis del mercado editorial y sus dinámicas.
- Gestión de procesos editoriales (envío, negociación, publicación).
- Navegación del sistema de premios, becas y ayudas.
- Promoción y difusión de tu obra (revistas, festivales, escena).
- Comprensión de contratos y derechos de autor.
- Planificación estratégica de tu carrera poética.

SOBRE LAS FUENTES Y LA METODOLOGÍA

Este manual combina experiencia práctica, análisis del ecosistema poético contemporáneo, documentación institucional, bibliografía especializada y observación directa del sector editorial y cultural.

La información contenida en estas páginas procede de diversas fuentes complementarias:

- Informes oficiales sobre lectura, edición y mercado editorial.
- Legislación española en materia de propiedad intelectual y derechos de autor.
- Convocatorias públicas de premios, ayudas y becas.
- Estudios y publicaciones especializadas sobre edición y publicación.
- Entrevistas, artículos y contenidos formativos de profesionales del sector literario y cultural.
- Experiencia acumulada por escritores, editores, gestores culturales, programadores, libreros y agentes del ecosistema poético.

Este manual no pretende sustituir el asesoramiento jurídico, fiscal o profesional especializado. Su objetivo es ofrecer una visión práctica y accesible que permita al lector comprender mejor el funcionamiento real de la poesía como actividad cultural y profesional.

Cuando se incluyen cifras, porcentajes, ayudas, premios, costes, dotaciones económicas o datos de mercado, estos deben entenderse como referencias válidas en el momento de la redacción del manual. Dado que las condiciones del sector cambian con frecuencia, se recomienda contrastar siempre la información con las fuentes oficiales correspondientes.

Las opiniones, recomendaciones y estrategias expuestas en esta obra responden al criterio del autor y tienen carácter orientativo. No existe una

única forma de construir una carrera poética. Cada trayectoria es diferente y depende de factores personales, artísticos, económicos y circunstanciales.

La finalidad de este manual es ofrecer herramientas para que cada poeta encuentre su propio camino con mayor información, criterio y autonomía.

AVISO LEGAL Y DE RESPONSABILIDAD

Este manual tiene una finalidad exclusivamente divulgativa y formativa.

El autor ha realizado un esfuerzo razonable para verificar la exactitud de la información incluida en la obra. Sin embargo, no garantizan la vigencia permanente de los datos, cifras, convocatorias, normativas o referencias mencionadas.

Las decisiones editoriales, jurídicas, económicas o profesionales adoptadas por el lector son de su exclusiva responsabilidad.

Las marcas, nombres comerciales, plataformas, editoriales, instituciones y entidades mencionadas en esta obra pertenecen a sus respectivos titulares y se citan únicamente con fines descriptivos, educativos o informativos.

Todos los derechos de esta obra están reservados conforme a la legislación vigente sobre propiedad intelectual.

BLOQUE I: FUNDAMENTOS DEL ECOSISTEMA POÉTICO

Capítulo 1: El mercado del libro en España y su evolución

1.1. Datos macroeconómicos del sector editorial (2023-2025)

Para comprender la posición de la poesía en el mercado cultural español, es imperativo situarla dentro de las macromagnitudes del comercio interior del libro.

El sector editorial español ha registrado años consecutivos de crecimiento. En **2024**, la facturación global del sector del libro alcanzó los **3.037,51 millones de euros**, lo que supuso un incremento del 6,3% respecto al año anterior. Se editaron 87.542 títulos (59.758 en papel y 27.784 en digital), y se vendieron 194,50 millones de ejemplares en papel.

En **2025**, la tendencia ascendente se mantuvo. La facturación creció hasta los **3.138,51 millones de euros**, un 3,3% más que en 2024. Se editaron 89.107 títulos (61.831 en papel y 27.276 en digital). El número de ejemplares vendidos fue de **196,12 millones**. La **tirada media** se redujo hasta los 3.374 ejemplares por título, y el **precio medio** del libro se situó en 15 euros.

El número de empresas editoriales privadas y agremiadas en 2025 fue de **862**, y los títulos vivos en oferta alcanzaron los **983.209**.

El **formato digital** avanza: en 2025 facturó 174,39 millones de euros, un 5,3% más que el año anterior. Las descargas/ventas digitales llegaron a los **20,4 millones**. Los **audiolibros** crecen a un ritmo espectacular: en 2024 facturaron 9,38 millones de euros (+40% vs 2023); en 2025 alcanzaron los **15,30 millones de euros**, un **53,3% más** que en 2024. Este dato es relevante para el poeta, pues el audio se perfila como un formato de futuro para la difusión poética.

1.2. Hábitos de lectura en España

Según el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2025, elaborado por la FGEE, el **66,2% de la población española lee libros en su tiempo libre**, lo que representa un incremento de 0,7 puntos porcentuales. La lectura sigue creciendo como actividad de ocio, especialmente entre la población más joven.

Casi un tercio de los lectores (33,2%) lee en soporte digital. El porcentaje total de personas de 14 años o más que leen (en cualquier medio o soporte, al menos una vez al trimestre) se sitúa en el **95,1%**.

Estos datos son alentadores: hay un mercado lector amplio y en crecimiento. El desafío para el poeta es captar la atención de ese lector en un océano de oferta editorial.

1.3. Peso específico de la poesía en el mercado global

La poesía representa un nicho dentro del mercado editorial. Los informes de la FGEE no desglosan la poesía como categoría independiente en sus principales tablas, sino que la incluyen dentro de "Ficción adultos". Esta agregación dificulta la cuantificación exacta de su peso. La Federación de Gremios de Editores de España no proporciona datos específicos de facturación por géneros literarios.

No obstante, la poesía ha experimentado una transformación estructural en la última década, bifurcándose en dos realidades de mercado:

1. **Circuito de "poesía literaria" o "de culto"**: sostenido por un tejido editorial independiente de larga trayectoria (Visor, Pre-Textos, La Bella Varsovia, Vaso Roto, Valparaíso, Hiperión) y un sistema de premios institucionales (Nacional de Poesía, Loewe, Hiperión, Adonáis) que actúan como garantes de la excelencia estética.
2. **Poesía vinculada a redes sociales y cultura pop**: genera

volúmenes de venta inéditos para el género, pero desata un intenso debate crítico sobre la calidad literaria y la mercantilización de la intimidad.

1.4. Análisis de tiradas, precios y royalties

La tirada media general en el sector es de 3.374 ejemplares por título. En poesía, las tiradas son considerablemente más reducidas:

- **Poeta novel en editorial independiente**: 200-600 ejemplares.
- **Poeta consolidado**: 1.000 o más ejemplares.
- **Grandes colecciones (Visor, Lumen)**: pueden superar los 2.000 ejemplares.

El precio medio del libro es de 15 euros. En poesía, los precios suelen oscilar entre 12 y 18 euros.

La estructura de reparto del precio es la siguiente:

- **Librero**: aproximadamente el 30% del PVP.
- **Distribuidor**: aproximadamente el 30% del PVP.
- **Editorial**: 30-35% del PVP (de donde sale el royalty del autor).
- **Autor (royalty)**: 8-10% del PVP.

Por un libro de 15€, al autor le llegan entre **0,80€ y 1,20€ por ejemplar**. Si vende 300 ejemplares (una tirada completa), sus ingresos por royalties serán de aproximadamente 240-360€.

Esta realidad económica explica por qué un poeta profesional debe diversificar sus ingresos más allá de la venta de libros: talleres, recitales, conferencias, jurados, artículos y colaboraciones son fuentes de ingresos complementarias esenciales.

1.5. El papel de las librerías y los canales de distribución

Las librerías y cadenas de librerías son el principal canal de venta del sector. En 2025, el número de librerías en España ascendía a **811**.

La distribución es desigual: las librerías están concentradas en ciertas ciudades. Por territorios, **Madrid y Cataluña** lideran en términos de ventas, con un peso del 21,2% y 20,5% respectivamente, seguidos de la Comunidad Valenciana (12,9%), Galicia (6,4%) y País Vasco (5,3%).

Para el poeta, las librerías independientes son aliadas estratégicas. Suelen estar más abiertas a acoger presentaciones y a recomendar poesía a sus clientes. Las grandes superficies, por su parte, son más difíciles de penetrar para un autor novel, pero aportan volumen y novedad, aunque con una rotación volátil.

Capítulo 2: Los agentes del ecosistema poético

2.1. Editoriales: clasificación por tamaño y línea editorial

El mapa editorial de la poesía española se estructura en varios niveles:

1. Grandes grupos editoriales: Planeta, Penguin Random House. Tienen colecciones de poesía muy selectas (Visor, Lumen). Publican a autores consagrados o ganadores de premios importantes. Para un poeta novel, el acceso es casi imposible sin un aval previo. **Visor**, por ejemplo, es uno de los sellos de referencia en poesía en lengua española.

2. Editoriales medianas independientes: Son la verdadera puerta de entrada. Sellos como **Pre-Textos**, cuyo Premio de Poesía Emilio Prados es el gran referente de la joven poesía en español; **La Bella Varsovia**, considerada "piedra angular de la poesía española" por la revista *Publishing Perspectives*; **Vaso Roto**, **Valparaíso** e **Hiperión**. Trabajan con tiradas de 200 a 600 ejemplares, cuidan la edición como un objeto de valor y suelen tener convocatorias anuales para recibir originales.

3. Microeditoriales: Apuestan por la vanguardia, la disidencia y la poesía experimental. Suelen tener tiradas muy pequeñas (100-200 ejemplares) y una distribución muy focalizada.

2.2. Distribuidoras y su papel en la cadena del libro

Las distribuidoras son el eslabón entre la editorial y la librería. Gestionan el almacenamiento, el transporte y la facturación. En poesía, la distribución es un desafío: los márgenes son estrechos y los pedidos pequeños. Algunas distribuidoras especializadas tienen programas específicos para poesía.

La cadena del libro se compone de: **Autor → Editorial → Distribuidora → Librería → Lector**. Cada eslabón se lleva un porcentaje del precio final, lo que explica los reducidos royalties del autor.

2.3. Críticos literarios y prescriptores de opinión

Los críticos literarios y prescriptores (blogueros, booktubers, bookstagrammers) juegan un papel clave en la difusión de la poesía. Una reseña favorable en un medio importante o la recomendación de un prescriptor con seguidores puede multiplicar las ventas.

La crítica tradicional (suplementos culturales de periódicos, revistas especializadas) sigue teniendo peso en el circuito de poesía literaria. Los prescriptores digitales, por su parte, son esenciales para llegar a públicos más jóvenes y para la poesía vinculada a redes sociales.

2.4. El rol del lector de poesía: perfiles y hábitos de compra

El lector de poesía es un nicho, pero es un nicho fiel. Suele ser una persona con hábitos de lectura consolidados, que compra poesía de forma regular y que acude a presentaciones y festivales. El perfil es diverso: desde el académico hasta el joven que descubre la poesía en redes sociales.

El 66,2% de la población española lee libros. De ese porcentaje, los lectores de poesía son una minoría, pero con un alto grado de fidelización y prescripción.

2.5. Instituciones públicas y privadas que financian la poesía

El ecosistema poético se sostiene en gran medida por las administraciones públicas a través de premios, becas y subvenciones. El **Ministerio de Cultura** convoca anualmente los Premios Nacionales de Literatura, con una modalidad específica de Poesía.

También existen fundaciones privadas que convocan premios y actividades: **Fundación Loewe** (Premio Loewe de Poesía), **Fundación BBVA**, **Fundación March**. A nivel autonómico y local, son numerosos los ayuntamientos y diputaciones que convocan premios de poesía.

Capítulo 3: El poeta como profesional

3.1. Construcción de la identidad pública del poeta

El poeta contemporáneo no puede limitarse a escribir. Debe construir una identidad pública coherente. Esto implica:

- Definir una **biografía** profesional (dos versiones: una extensa para solapas y dossieres, y otra breve para redes).
- Decidir si usar **nombre real o seudónimo**.
- Crear una **marca personal** que refleje tu poética.

3.2. Ética y deontología profesional

La profesionalización no está reñida con la ética. Algunos principios fundamentales:

- **Honestidad intelectual**: no presentar como propio lo que no lo es.
- **Respeto a los plazos**: cumplir con las fechas acordadas con editoriales y organizadores.
- **Transparencia**: en la gestión de ayudas y subvenciones.
- **Responsabilidad con el lector**: ofrecer siempre la mejor versión posible de tu obra.

3.3. Redes de contactos: asociaciones, colectivos y gremios

Pertenecer a asociaciones profesionales proporciona visibilidad, formación y protección legal. En España, la **Asociación Colegial de Escritores (ACE)** y la **Asociación de Editores de Poesía** son referentes.

Los colectivos de poetas son también una herramienta poderosa: permiten organizar eventos conjuntos, compartir recursos y ofrecer paquetes a programadores culturales.

3.4. La cuestión del seudónimo y la marca personal

El seudónimo puede ser una herramienta de libertad creativa o una estrategia de marketing.

Ventajas:

- Permite separar la vida personal de la profesional.
- Puede ayudar a construir una identidad más "comercial".
- Ofrece libertad para experimentar con registros diferentes.

Inconvenientes:

- Dificulta la construcción de una marca personal a largo plazo.
- Puede generar confusión en lectores y editores.
- En concursos y bases, a veces se exige el nombre real.

La decisión debe ser meditada y coherente con la estrategia de carrera de cada poeta.

Ejercicios del Bloque I

1. **Investigación de mercado**: Identifica cinco editoriales de poesía que podrían encajar con tu obra. Investiga sus líneas editoriales y sus plazos de recepción de originales.
2. **Análisis de precios**: Visita una librería y anota los precios de diez poemarios. Calcula el royalty aproximado que recibiría cada autor por ejemplar.
3. **Construcción de biografía**: Redacta dos versiones de tu biografía: una de 150 palabras para solapas y otra de 50 palabras para redes sociales.
4. **Mapa de contactos**: Elabora una lista de diez personas o instituciones clave en tu ecosistema poético local (librerías, centros culturales, poetas, críticos).

BLOQUE II: PROCESO EDITORIAL Y PUBLICACIÓN

Capítulo 4: Itinerarios de publicación

4.1. Mapa de las cuatro rutas

El mapa editorial actual se compone de tres modelos principales de publicación, aunque en la práctica existen matices que dan lugar a cuatro itinerarios diferenciados para el poeta que busca publicar su obra.

1. Publicación tradicional

La editorial selecciona el manuscrito según su catálogo y criterios editoriales. Si acepta la obra, asume la inversión, lidera el proceso editorial, producción y distribución. El autor no paga por publicar, pero cede parte del control creativo y recibe royalties más bajos porque la editorial asume el riesgo económico.

Características clave: selectivo, la editorial decide, el acceso es difícil, los tiempos pueden ser largos, el autor tiene menor control sobre decisiones comerciales (portada, precio, título).

2. Publicación a través de premios

El autor se presenta a un concurso literario. Si resulta ganador o finalista, la editorial publica la obra, a menudo con una dotación económica adicional. Es una variante de la publicación tradicional que actúa como mecanismo de selección y filtro de calidad.

3. Coedición editorial

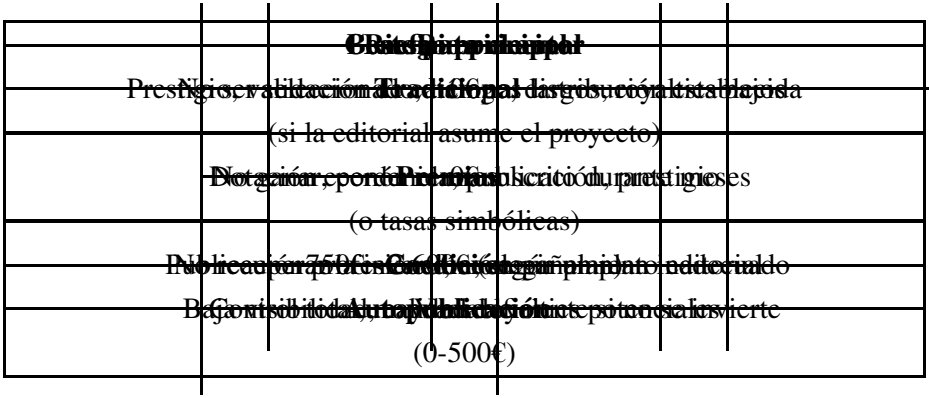
Modelo híbrido en el que el autor asume una inversión económica y, a cambio, la editorial se encarga del trabajo profesional: corrección, diseño, maquetación, gestión legal (ISBN, depósito legal) y producción del libro. El

autor y la editorial comparten responsabilidades; el autor invierte y la editorial aporta estructura profesional, distribución y acompañamiento.

4. Autopublicación

El autor publica por su cuenta en plataformas digitales (Amazon KDP, BUBOK) o con proveedores independientes. Conserva el control total y el 100% de los beneficios potenciales, pero también asume toda la responsabilidad de edición, diseño, ISBN, impresión, distribución, promoción y calidad final. No requiere esperar aprobación de una editorial, pero exige capacidad de gestión y criterio técnico.

4.2. Análisis de costes y beneficios de cada ruta



En la coedición, el coste medio de un plan básico con difusión se sitúa alrededor de 1.365€ (rango: 750€ - 2.600€). Los servicios sueltos (corrección, portada, maquetación, ISBN) pueden sumar entre 1.000€ y 1.800€. Las tiradas de ejemplares impresos tienen costes específicos: unas 100 unidades cuestan unos 640€, 200 unidades alrededor de 975€, y 300 unidades cerca de 1.255€.

4.3. Decisiones estratégicas según el perfil del poeta

Para elegir la ruta adecuada, el autor debe considerar varios factores:

- **Novel sin contactos ni obra madura**: la ruta del premio o la autopublicación (si tiene recursos para invertir en servicios profesionales) son las más viables. La coedición puede ser una

opción si se desea acompañamiento profesional.

- **Poeta con obra consolidada y madura**: la ruta tradicional o los premios de prestigio son los caminos más adecuados.
- **Poeta con comunidad en redes y capacidad de gestión**: la autopublicación puede ser muy rentable y rápida.
- **Poeta experimental o de vanguardia**: la autopublicación o las microeditoriales suelen ser las únicas vías.
- **Poeta que busca validación y prestigio**: la publicación tradicional o ganar un premio importante son objetivos prioritarios.
- **Poeta con un proyecto muy específico**: la coedición ofrece una ruta con acompañamiento profesional.

El mejor modelo no es el más famoso: es el que se ajusta a tu manuscrito, objetivos, presupuesto y capacidad de gestión.

4.4. Casos de estudio comparados

Caso 1: Poeta novel que gana el Premio Hiperión

Invierte 0€. Recibe 3.000€ de dotación y su libro se publica con una tirada de 500 ejemplares. La editorial se encarga de la distribución. El autor gana prestigio y una base de lectores. Puede optar después a otros premios o editoriales con el aval de su primer premio. Las regalías que recibe son un porcentaje bajo (8-10% del PVP), pero el impacto en su carrera es muy alto.

Caso 2: Poeta que opta por la coedición en un plan medio

Invierte 1.400€ en un plan que incluye corrección, maquetación, portada, ISBN, 100 ejemplares y distribución básica. El libro queda profesional. Vende 80 ejemplares a 15€ (recibe unos 1.200€) y recupera casi toda su inversión. Si vende más de 100, empieza a obtener beneficios. El acompañamiento editorial le ha proporcionado un libro bien editado y una experiencia de aprendizaje.

Caso 3: Poeta que autopublica en Amazon KDP

Invierte 300€ en portada profesional y corrección. Sube el libro a Amazon. El control es total: decide precio, formato, promoción. Si vende 200 ejemplares a 10€, recibe unos 1.400€ en royalties (70% en Amazon). El desafío es la visibilidad: sin promoción activa, el libro puede pasar desapercibido. La mayoría de los libros autopublicados vende menos de 100 ejemplares.

4.5. La importancia de la promoción

En todos los modelos de publicación, la promoción es un factor determinante. El mercado editorial español factura más de 3.000 millones de euros anuales, pero esa facturación no se reparte de forma equitativa; la mayor parte de las ventas se concentran en pocos libros con alta visibilidad.

Algunos datos clave para contextualizar el desafío:

- Más de 1,4 millones de títulos se autopublican en Amazon cada año.
- El catálogo de Amazon supera los 32,8 millones de libros.
- La media de ventas en España es de unos 400 ejemplares por título, y el 90% de los títulos vende menos de 100 copias.
- Amazon controla aproximadamente el 70% de la venta de ebooks y el 50% de la distribución física de libros en papel.

Conclusión práctica: en un entorno donde el lector compra de forma muy selectiva y el algoritmo de plataformas como Amazon favorece los títulos con más visibilidad, invertir en una promoción sólida tras la publicación no es un gasto opcional, sino una inversión necesaria para competir y ser encontrado por los lectores. El poeta debe asumir su rol como primer promotor de su obra, independientemente de la vía de publicación elegida.

Capítulo 5: La publicación tradicional

5.1. Cómo investigar y seleccionar una editorial

El primer paso en la publicación tradicional es la investigación. No todos los manuscritos encajan en todas las editoriales. El autor debe estudiar el catálogo de la editorial:

- ¿Publican poesía? ¿Qué tipo de poesía?
- ¿Qué autores tienen en su catálogo? ¿Son nombres consolidados o emergentes?
- ¿Tienen una colección específica de poesía? ¿Cuál es su línea editorial?
- ¿Abren recepción de originales? ¿En qué fechas?

En poesía, las editoriales independientes son la puerta de entrada natural. Sellos como La Bella Varsovia, Pre-Textos, Vaso Roto, Valparaíso, Hiperión o Visor tienen líneas editoriales definidas y suelen abrir convocatorias periódicas para recibir originales.

5.2. Protocolo de envío de manuscritos

El envío del manuscrito debe realizarse con profesionalidad y respetando las normas de la editorial. Por lo general, las editoriales abren "recepción de originales" en períodos concretos del año (por ejemplo, marzo y octubre). Los correos enviados fuera de plazo se descartan sin leer.

Elementos a incluir en el envío:

1. **Correo electrónico**: asunto claro ("[Original poesía] Título del libro - Nombre del autor"), cuerpo breve presentando la obra y el archivo adjunto en PDF.
2. **Manuscrito en PDF**: con el texto completo, correctamente formateado.
3. **Nota biográfica**: breve (máximo 100 palabras), centrada en la

trayectoria literaria.

4. **Índice**: si el poemario tiene una estructura de secciones.

Regla de oro: Nunca se debe adjuntar el poema en el cuerpo del correo; solo el archivo PDF. Tampoco se debe llamar por teléfono a la editorial para preguntar si recibieron el manuscrito. La paciencia es la mejor herramienta. Si no se recibe respuesta en 6 meses, se puede considerar que no ha sido aceptado y enviarlo a otra editorial.

5.3. Preparación formal del manuscrito

La presentación del manuscrito es la primera prueba de profesionalidad del autor. El formato debe ser impecable:

- **Fuente**: Times New Roman o Garamond, tamaño 12.
- **Interlineado**: 1,5 (para que el editor pueda escribir notas).
- **Márgenes**: 2,5 cm superior/inferior, 3 cm izquierdo/derecho.
- **Paginación**: numeración en el pie de página.
- **Estructura**: cada poema debe comenzar en una página nueva (salvo series muy cortas).
- **Alineación**: los poemas deben ir alineados a la izquierda (salvo que la intención estética requiera una alineación central).

5.4. Tiempos de espera y gestión del rechazo

El proceso de publicación tradicional es lento. El autor debe prepararse para:

- **Tiempo de respuesta**: entre 4 y 12 meses, dependiendo de la editorial y la época del año.
- **Rechazo**: es la norma, no la excepción. Incluso los grandes autores han recibido numerosos rechazos. Se debe gestionar el rechazo como parte del proceso.
- **Silencio**: muchas editoriales no responden si el manuscrito no ha sido seleccionado. Pasado el plazo razonable, se puede considerar que no ha sido aceptado y enviar a otra editorial.

5.5. La relación editor-autor después de la aceptación

Si la editorial acepta el manuscrito, comienza una nueva fase:

- **Firma del contrato**: se negocian los términos (royalties, anticipo, derechos, plazos).
- **Proceso editorial**: corrección, maquetación, diseño de portada.
- **Producción**: impresión, depósito legal, ISBN.
- **Lanzamiento**: presentación del libro, distribución, promoción.

El autor debe mantener una comunicación fluida con la editorial, pero también debe ser proactivo en la promoción de su obra. Como señala Gonzalo Escarpa, "si te eligen, es porque creen en ti. Devuelve esa confianza saliendo a la calle".

Capítulo 6: Premios literarios

6.1. Tipología de premios: nacionales, internacionales, locales

Los premios literarios son el principal mecanismo de validación y promoción en el mundo de la poesía. Se pueden clasificar según varios criterios:

Por ámbito geográfico:

- **Nacionales**: Premio Nacional de Poesía (España), Premio Nacional de Poesía Aguascalientes (México).
- **Internacionales**: Premio Loewe, Premio Adonáis.
- **Autonómicos / Locales**: premios convocados por comunidades autónomas, diputaciones o ayuntamientos.

Por dotación:

- **Con dotación económica alta**: Loewe (20.000€), Adonáis (12.000€), Generación del 27 (Andalucía).
- **Con publicación garantizada pero sin dotación económica**: Hiperión, Pre-Textos.
- **Con dotación simbólica y publicación**: numerosos premios locales y provinciales.

Por perfil del participante:

- **Abiertos a todos**: la mayoría de los premios.
- **Jóvenes**: exigen edad máxima (ej. 35 años). Premio de Poesía Joven Victoriano Crémer (3.000€, hasta 35 años).
- **Mujeres**: Premio Internacional de Poesía Marta Aguado (publicación, mujeres poetas).
- **Inéditos**: exigen no haber publicado previamente. Marta Aguado exige inéditas.

6.2. Premios con dotación económica vs. premios con edición

La elección del tipo de premio depende de los objetivos del poeta:

Premios con dotación económica:

- Ventajas: obtienes dinero y publicación.
- Desventajas: la competencia es feroz (más de 2.000 originales para premios como el Adonáis). El manuscrito queda retenido durante el proceso de selección.

Premios con edición garantizada (sin dinero):

- Ventajas: la competencia es menor (400-600 originales). Publicas con una editorial de prestigio.
- Desventajas: no obtienes dotación económica.

Premios locales o provinciales:

- Ventajas: menos competencia, son un excelente primer escalón para construir un currículum.
- Desventajas: la difusión puede ser limitada.

6.3. Estrategias de presentación a concursos

La presentación a concursos requiere estrategia y método:

1. **Leer las bases tres veces**: asegurarse de que el manuscrito cumple todos los requisitos (extensión, temática, formato, plazo).
2. **No enviar el mismo manuscrito a dos premios simultáneamente**: si uno gana, hay que retirar el otro. Esto puede generar problemas.
3. **Tener varios manuscritos circulando**: si se dispone de varios libros, se pueden enviar a distintos concursos para aumentar las posibilidades.
4. **Cuidar la presentación**: el manuscrito debe ser impecable formalmente, aunque el premio no lo exija.
5. **Calcular los plazos de fallo**: suelen ser de 8 meses. Planificar

las presentaciones con antelación.

6.4. Análisis de bases y errores más comunes

Los errores más frecuentes en la presentación a premios son:

- **No cumplir con el formato exigido**: extensión, tipo de letra, interlineado, número de copias.
- **Enviar fuera de plazo**: aunque sea por un día, el manuscrito queda descalificado.
- **No incluir los datos requeridos**: nombre, DNI, declaración de inédito.
- **Enviar una obra ya publicada**: la mayoría de los premios exigen inédito. Si el autor ha autopublicado con ISBN, ya no se considera inédito.
- **No leer la convocatoria completa**: a veces hay requisitos adicionales (temática específica, edad máxima, nacionalidad).

6.5. Cómo gestionar el éxito de un premio

Ganar un premio es solo el comienzo. El autor debe gestionar el éxito estratégicamente:

- **Aprovechar la difusión mediática**: el premio genera atención; hay que estar disponible para entrevistas y presentaciones.
- **Planificar el lanzamiento**: el libro se publica con un sello de prestigio; se debe organizar un calendario de presentaciones.
- **Mantener la relación con la editorial**: el premio es una oportunidad para establecer una relación duradera con la editorial.
- **Seguir escribiendo**: el éxito no debe frenar la producción creativa. Un premio es un escalón, no la cumbre.

6.6. Ejemplos de convocatorias vigentes

En el momento de la redacción de este manual, existían convocatorias como estas:

- **Premio de Poesía Joven Victoriano Crémer**: 3.000€ y publicación. Para autores de 18 a 35 años. Plazo: agosto 2026.
- **Premio Internacional de Poesía Marta Aguado**: publicación, para mujeres poetas inéditas. Plazo: agosto 2026.
- **XXXIII Premio de Poesía Blas de Otero de Majadahonda**: 6.000€, diploma y publicación. Plazo: septiembre 2026.
- **Premios Ateneo de Sevilla de Poesía Generación del 27**: 3.000€ y publicación (categoría general); 1.500€ y publicación (categoría joven, menores de 35 años). Plazo: septiembre 2026.
- **Premio Nacional de Poesía "Ramón López Velarde" (México)**: $250,000 MXN y diploma. Plazo: septiembre 2026.

Capítulo 7: La coedición y la autopublicación

7.1. Coedición: ventajas, desventajas y rentabilidad real

La coedición editorial es un modelo híbrido en el que el autor invierte económicamente y la editorial aporta estructura profesional. Se diferencia de la autopublicación en que el autor no tiene que convertirse en editor, diseñador ni técnico; el proceso editorial lo realizan profesionales, y el resultado final es un libro competitivo a nivel profesional.

Ventajas:

- **Profesionalismo**: el autor recibe servicios editoriales de calidad (corrección, diseño, maquetación).
- **Acompañamiento**: hay un proceso definido y seguimiento.
- **Publicación más rápida** que en la tradicional: en algunos casos, de 3 a 6 meses.
- **Control creativo**: el autor participa en las decisiones clave, a diferencia de la editorial tradicional.

Desventajas:

- **Inversión inicial**: entre 750€ y 2.600€, según el plan.
- **Riesgo de no recuperar la inversión**: si el libro no se vende, el autor pierde su inversión.
- **No todas las ofertas son iguales**: el 45% de las empresas de coedición funcionan en la práctica como imprentas, sin difusión real. El autor debe investigar bien antes de contratar.

Rentabilidad real: si el autor invierte 1.400€ y vende 80 ejemplares a 15€ (recibiendo royalties de, digamos, el 40% sobre el precio de venta al público a través de ciertos canales), puede recuperar aproximadamente 1.200€. Para obtener beneficios, necesita vender más de 100 ejemplares. El cálculo exacto depende del plan contratado y del tipo de distribución.

7.2. Qué debe incluir una coedición seria

Una coedición profesional debe incluir, como mínimo:

- **Evaluación editorial**: diagnóstico del manuscrito.
- **Corrección y edición**: revisión ortotipográfica y de estilo.
- **Diseño profesional**: portada, contraportada, lomo, maquetación interior.
- **ISBN y depósito legal**: identificación editorial para que el libro pueda circular comercialmente.
- **Impresión y ejemplares**: producción física del libro.
- **Distribución y regalías**: canales de venta y reportes de liquidación.

El 70% de las empresas ofrecen difusión y promoción, pero la calidad de esa difusión varía enormemente. El autor debe preguntar explícitamente qué acciones de promoción incluye el plan antes de contratar.

7.3. Autopublicación en Amazon KDP y BUBOK

La autopublicación permite al autor publicar sin esperar aprobación de una editorial. Plataformas como Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) permiten publicar en tapa blanda y ebook sin coste inicial. BUBOK es una plataforma española que ofrece servicios de impresión bajo demanda.

Ventajas de la autopublicación:

- **Control total**: el autor decide el precio, la portada, el formato y el calendario.
- **Publicación rápida**: si los archivos están listos, el libro puede estar disponible en pocos días.
- **Mayor porcentaje de royalties**: en Amazon, hasta el 70% en algunos casos.

Desventajas:

- **Toda la responsabilidad recae en el autor**: corrección,

diseño, promoción, distribución.

- **Visibilidad limitada**: el algoritmo de Amazon favorece los títulos con más ventas y reseñas.
- **Calidad variable**: si el autor no invierte en servicios profesionales, el resultado puede ser deficiente.

Consejos para autopublicar en Amazon:

- **Portada profesional**: es crucial. Contratar a un diseñador.
- **Palabras clave**: usar términos precisos como "poesía contemporánea" o "poemas de amor" para que el libro sea encontrado.
- **Reseñas**: animar a los primeros lectores a dejar reseñas, ya que son el principal motor de ventas en la plataforma.

7.4. La imprenta tradicional para tiradas cortas

Si el autor solo quiere unos 100 ejemplares para regalar o vender en sus recitales, puede acudir a una imprenta digital. Esta opción es más económica que la autopublicación en Amazon si no se necesita distribución en librerías, ya que se puede prescindir del ISBN. La tirada de 100 unidades cuesta unos 640€, 200 unidades alrededor de 975€, y 300 unidades cerca de 1.255€.

7.5. Herramientas de maquetación y diseño

Para la autopublicación, el autor puede necesitar herramientas de maquetación y diseño:

- **Adobe InDesign**: estándar profesional para maquetación de libros.
- **Canva**: para portadas básicas (aunque se recomienda un diseñador profesional).
- **Amazon KDP**: ofrece plantillas de maquetación en Word y un generador de portadas básico.
- **Reedsy**: herramientas gratuitas de maquetación para autores independientes.

7.6. Estrategias de fijación de precios

El precio del poemario en autopublicación debe ser competitivo y reflejar el valor del libro. En poesía, los precios suelen oscilar entre 12 y 18 euros. Para

el ebook, un precio de 4,99€ - 7,99€ suele funcionar bien. Factores a considerar: costes de producción, porcentajes de plataformas y precios de libros similares en el mercado.

Ejercicios del Bloque II

1. **Análisis de tu perfil**: Identifica qué ruta (tradicional, premio, coedición o autopublicación) se ajusta mejor a tu situación actual. Justifica tu respuesta.
2. **Investigación editorial**: Selecciona tres editoriales de poesía que podrían encajar con tu obra. Investiga sus plazos de recepción de originales y sus requisitos de envío.
3. **Preparación de manuscrito**: Prepara tu manuscrito siguiendo los estándares formales descritos en el capítulo 5.3.
4. **Calendario de premios**: Investiga cinco premios de poesía que estén abiertos en el próximo año y crea un calendario con fechas de presentación.
5. **Análisis de coedición**: Investiga dos empresas de coedición que operen en España. Compara sus servicios y precios. ¿Cuál ofrecería un mejor acompañamiento al autor?

BLOQUE III: PROMOCIÓN Y CIRCULACIÓN DE LA OBRA

Capítulo 8: Revistas literarias como escaparate

8.1. Revistas físicas vs. digitales: prestigio y alcance

Las revistas literarias son el principal escaparate curricular para un poeta antes de publicar su primer libro. Publicar en ellas demuestra que otros comités de selección han validado tu trabajo, lo que genera confianza en editores y jurados de premios.

Revistas físicas: Publicaciones en papel con periodicidad trimestral o semestral. Suelen tener una tirada limitada (500-2.000 ejemplares) y se distribuyen en librerías especializadas y suscripciones. Ejemplos en España: *Ínsula*, *Barcarola*, *Clarín*, *Paraíso*.

Ventajas:

- Mayor prestigio en el circuito tradicional de poesía literaria.
- Una publicación en una revista física tiene más peso curricular que una digital.
- Suelen tener comités de selección más exigentes.

Desventajas:

- Alcance limitado: su tirada es pequeña y su distribución reducida.
- Tiempos de respuesta largos (de 3 a 6 meses).
- Pueden cobrar por la suscripción o por el ejemplar, pero no suelen pagar a los autores.

Revistas digitales: Publicaciones en formato web, a menudo con actualizaciones más frecuentes. Ejemplos: *Fósforo*, *Zenda*, *El Coloquio de los Perros*, *Revista Poesía*.

Ventajas:

- Mayor alcance inmediato: pueden llegar a miles de lectores en redes sociales.
- Publicación más rápida (semanas o días).
- Algunas tienen programas de podcast o vídeo asociados.

Desventajas:

- Menor prestigio curricular en el circuito tradicional.
- La visibilidad es efímera: el poema se pierde en el flujo de contenido digital.
- Algunas son de pago para el autor (aunque la mayoría son gratuitas).

Estrategia recomendada: combinar ambas. Publicar en una revista física de prestigio para el currículum y en revistas digitales para la visibilidad inmediata. La presencia en revistas digitales ayuda a construir una base de lectores antes de la publicación del libro.

8.2. Cómo seleccionar una revista para enviar

La selección de la revista adecuada es tan importante como el envío en sí. No tiene sentido enviar poesía experimental a una revista clásica, ni poesía formal a una revista de vanguardia.

Criterios de selección:

1. **Línea editorial**: ¿Qué tipo de poesía publican? Leer el número anterior de la revista es imprescindible. Analizar los poemas publicados: ¿son de verso libre o métrica clásica? ¿Temáticas cotidianas o abstractas? ¿Autores consolidados o emergentes?
2. **Periodicidad y plazos**: ¿Cuándo abren recepción de originales? Muchas revistas solo reciben envíos en períodos concretos del año (ej. enero-marzo, septiembre-noviembre). Respetar estos plazos es esencial.
3. **Requisitos formales**: ¿Qué formato exigen? ¿Extensión

máxima? ¿Temática específica? Algunas revistas solo publican un poema por autor; otras aceptan series de 3 a 5 poemas.
4. **Público**: ¿A qué tipo de lector se dirige? ¿Un público académico, generalista o juvenil?
5. **Prestigio y trayectoria**: ¿Cuántos años lleva la revista publicándose? ¿Qué autores han publicado en ella?

Estrategia práctica:

- Crear una lista de 20 revistas (10 físicas, 10 digitales) que encajen con tu poesía.
- Clasificarlas por nivel de prestigio (alto, medio, bajo).
- Empezar enviando a las de nivel medio para ganar experiencia y currículum.
- Una vez tengas algunas publicaciones, enviar a las de mayor prestigio.

8.3. Protocolo de envío y seguimiento

El envío a revistas sigue un protocolo similar al de las editoriales, aunque suele ser menos formal.

Elementos a incluir en el envío:

1. **Correo electrónico**: asunto claro ("[Envío poesía] Nombre del autor"), cuerpo breve con presentación y datos de contacto.
2. **Archivo adjunto**: un único PDF o Word con los poemas. No incluir los poemas en el cuerpo del correo.
3. **Nota biográfica**: breve (máximo 100 palabras), destacando publicaciones previas y premios.
4. **Datos de contacto**: nombre, correo, teléfono.

Reglas de oro:

- Enviar siempre dentro del plazo establecido.
- No enviar a más de una revista a la vez con los mismos poemas (si una acepta, hay que retirar de las demás).

- No preguntar antes del plazo de respuesta establecido.
- Si no hay respuesta en 6 meses, enviar a otra revista.

Seguimiento:

- Llevar un registro de los envíos: revista, fecha de envío, fecha de respuesta, resultado.
- Si la revista acepta los poemas, agradecer y confirmar los datos para la publicación.
- Si la revista rechaza los poemas, no tomarlo como algo personal. El rechazo es la norma. Se puede preguntar si hay algún comentario sobre la obra, pero sin insistir.

8.4. Construcción de un currículum de publicaciones

Tener un currículum de publicaciones en revistas es el principal activo curricular del poeta antes del primer libro. Las editoriales y jurados de premios valoran:

- **Número de publicaciones**: tener entre 5 y 10 publicaciones en revistas de prestigio es un buen indicador.
- **Calidad de las revistas**: una publicación en una revista de prestigio vale más que diez en revistas de baja calidad.
- **Diversidad**: haber publicado en revistas de distintos estilos y formatos.
- **Antologías**: haber sido incluido en antologías o selecciones de poesía joven.

Cómo construir el currículum:

1. Empezar con revistas de nivel medio-bajo para acumular primeras publicaciones.
2. Una vez tengas 3-4 publicaciones, enviar a revistas de mayor prestigio.
3. Participar en antologías y selecciones de poesía emergente.
4. Incluir el currículum en la biografía que se envía a editoriales y

premios.

8.5. Publicar en revistas antes del primer libro

La publicación en revistas antes del primer libro es una estrategia recomendada por varios motivos:

- **Validación**: demuestra que otros comités de selección han considerado tu obra válida.
- **Visibilidad**: genera una base de lectores y contactos en el sector.
- **Práctica**: enseña a gestionar plazos, rechazos y la relación con editores.
- **Contenido**: permite probar qué poemas funcionan mejor con los lectores antes de publicar el libro.

Muchos autores recomiendan publicar en revistas durante al menos 2-3 años antes de enviar el manuscrito a una editorial.

Estrategia de antologías: algunas editoriales publican antologías de poesía joven o emergente. Participar en ellas puede ser un buen paso intermedio entre las revistas y el primer libro. La inclusión en una antología de prestigio da visibilidad al autor y facilita la posterior publicación de un poemario individual.

Capítulo 9: Festivales, ciclos y ferias

9.1. Calendario nacional de festivales de poesía

España cuenta con un calendario de festivales de poesía que abarca todo el año. Algunos de los más importantes:

Festivales consolidados:

- **Festival de Poesía de Granada**: uno de los más antiguos y prestigiosos. Celebrado en mayo. Combina autores consagrados y emergentes.
- **Cosquín (Córdoba)**: festival de verano con gran afluencia de público. En julio.
- **Festival de Poesía de Madrid**: organizado por el Ayuntamiento, en otoño.
- **Festival Internacional de Poesía de Barcelona**: en primavera.
- **Palabra en el Mundo (Segovia)**: centrado en poesía y patrimonio.

Festivales emergentes y locales:

- **Poesía en Vivo (diversas ciudades)**: ciclos mensuales en librerías y centros culturales.
- **Slam de poesía**: competiciones de poesía escénica en Madrid, Barcelona, Valencia y otras ciudades.
- **Festivales de poesía joven**: como el Festival de Poesía Joven de Castilla-La Mancha.

Cómo participar como autor emergente:

1. **Buscar convocatorias abiertas**: muchos festivales tienen secciones de "poesía emergente" o "open mic" donde se puede participar previa selección.
2. **Contactar directamente**: enviar un correo a la dirección de

programación con un dossier y un enlace a un vídeo recitando.
3. **Presentarse a través de la editorial**: si se tiene libro publicado, la editorial puede ayudar a conseguir invitaciones.
4. **Hacer networking**: asistir a festivales como espectador es una forma de conocer a programadores y otros poetas, lo que puede abrir puertas para futuras ediciones.

Calendario práctico:

- **Enero-marzo**: se abren las convocatorias de la mayoría de festivales. Es el momento de enviar propuestas.
- **Abril-junio**: festividades de primavera (Granada, Madrid, Barcelona).
- **Julio-agosto**: festividades de verano (Cosquín, festivales de las costas).
- **Septiembre-octubre**: festividades de otoño.
- **Noviembre-diciembre**: festividades de invierno y cierre de año.

9.2. Cómo participar como autor emergente

Para un autor emergente, la participación en festivales suele requerir un esfuerzo proactivo. No suelen llamar por sí mismos; hay que darse a conocer.

Pasos para participar:

1. **Tener un dossier profesional**: incluye biografía, trayectoria, enlace a publicaciones, enlace a vídeos recitando y una carta de presentación personalizada.
2. **Crear una lista de contactos**: recopilar los correos de programación de los festivales relevantes.
3. **Enviar propuestas con antelación**: muchos festivales planifican su programación con 6-12 meses de antelación. Contactar en el momento adecuado (generalmente, al inicio del año).
4. **Ofrecer un paquete atractivo**: si no tienes suficiente

trayectoria individual, considera formar un colectivo de 2-3 poetas y ofrecer un recital conjunto. A los programadores les resulta más rentable contratar un grupo que un solo autor.

5. **Ser flexible**: aceptar participar en espacios pequeños, en horarios poco atractivos o en formato de "open mic". La primera participación suele ser un trampolín.
6. **Mantener el contacto**: después del festival, enviar un correo de agradecimiento y mantener la relación para futuras ediciones.

9.3. Ferias internacionales: Guadalajara, Bogotá, Lisboa

Las ferias internacionales del libro son una oportunidad para darse a conocer más allá del ámbito nacional. Las más relevantes para el poeta hispanohablante son:

Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México):

- La más importante del mundo hispanohablante.
- Celebrada en noviembre-diciembre.
- Tiene un programa de poesía con recitales y mesas redondas.
- Para participar, suele ser necesario tener un libro publicado y contactar a través de la editorial o del stand de tu país.

Feria Internacional del Libro de Bogotá (Colombia):

- Celebrada en abril-mayo.
- Tiene un programa literario extenso, incluyendo poesía.
- Ofrece becas de movilidad para autores iberoamericanos (a través del Ministerio de Cultura).

Feria del Libro de Lisboa (Portugal):

- En mayo.
- La proximidad geográfica facilita la participación de autores españoles.

Cómo acceder a ferias internacionales:

- A través de la editorial que publica tu libro (pueden invitarte o sugerirte).
- A través de las oficinas de cultura de las embajadas.
- A través de becas de movilidad (ver Capítulo 11).
- Contactando directamente a los programadores de los eventos de poesía de la feria.

9.4. Ciclos de poesía en centros culturales y bibliotecas

Los ciclos de poesía en centros culturales y bibliotecas son una de las vías más accesibles para el poeta emergente. Son espacios locales, con menor exigencia y más abiertos a nuevas propuestas.

Tipos de ciclos:

- **Ciclos mensuales en bibliotecas**: organizados por los ayuntamientos. Suelen tener presupuesto para contratar autores (150-300€ por recital).
- **Ciclos en centros culturales**: a menudo en colaboración con asociaciones de poetas locales.
- **Ciclos universitarios**: organizados por los departamentos de literatura de las universidades.
- **Ciclos en librerías**: las librerías independientes suelen organizar presentaciones y recitales.

Cómo acceder:

1. Investigar qué centros culturales y bibliotecas de tu provincia o ciudad organizan ciclos de poesía.
2. Buscar el correo de contacto del área de cultura o biblioteca.
3. Enviar una propuesta profesional: biografía, dossier y, si es posible, un enlace a un vídeo recitando.
4. Ofrecer un formato flexible: recital de 30-45 minutos, coloquio con el público, etc.

Consejo: los presupuestos culturales de los ayuntamientos se cierran en diciembre para el año siguiente. Si quieres ser programado, debes contactar entre enero y marzo del año previo. Esto significa que, para ser programado en 2027, deberías contactar entre enero y marzo de 2026.

9.5. Networking y relaciones públicas en eventos

El networking en festivales y eventos es una habilidad profesional que el poeta debe cultivar. No se trata de vender tu obra de forma agresiva, sino de construir relaciones a largo plazo.

Claves para el networking en eventos:

1. **Asistir como espectador antes de participar**: conocer el entorno, ver cómo se desarrollan los eventos, identificar a los programadores y autores clave.
2. **Ser generoso**: recomendar a otros poetas, compartir información sobre convocatorias, ayudar a organizar.
3. **Tener tarjetas de contacto**: una tarjeta con tu nombre, correo, web y redes sociales. Es más profesional que intercambiar números de teléfono.
4. **No hablar solo de ti**: preguntar a los demás sobre su trabajo, mostrar interés genuino.
5. **Seguir el contacto después del evento**: enviar un correo de agradecimiento, conectar en redes sociales.
6. **Crear alianzas**: formar colectivos, organizar lecturas conjuntas, compartir recursos de promoción.

Capítulo 10: Escena y recital

10.1. Técnicas de lectura dramatizada y performance

La poesía no solo se lee, también se vive. El recital es una forma de arte escénica que requiere técnica, preparación y conexión con el público. No es lo mismo leer un poema en silencio que interpretarlo en voz alta.

Técnicas básicas de lectura dramatizada:

1. **Proyección de voz**: no se trata de gritar, sino de hacer llegar la voz a todo el espacio. Se utiliza la respiración diafragmática (respirar con el vientre, no con el pecho) para tener más potencia y control.
2. **Ritmo y pausas**: las pausas son tan importantes como las palabras. Una pausa larga crea tensión y expectativa. El ritmo debe variar: momentos rápidos y momentos lentos.
3. **Entonación y tono**: el tono de la voz debe transmitir la emoción del poema. No hay que ser monótono. La entonación ascendente crea pregunta; la descendente, afirmación.
4. **Manejo del micrófono**: si se usa micrófono, hay que mantener una distancia constante para que el volumen no varíe. No soplar ni golpear el micrófono.
5. **Contacto visual**: mirar al público. No leer mirando siempre al papel. Si se sabe el poema de memoria, es mejor. Si no, se puede leer, pero levantando la vista de vez en cuando.

Ejercicio práctico: grabarse recitando un poema. Al escucharlo, identificar las partes que suenan monótonas o rápidas. Corregir y volver a grabar. La grabación es una herramienta de aprendizaje implacable.

10.2. Poesía escénica y spoken word

La poesía escénica (o spoken word) es una corriente de poesía que prioriza la

interpretación oral sobre el texto escrito. Surgió en Estados Unidos en los años 1960 y se ha popularizado en todo el mundo a través de los slams de poesía.

Características del spoken word:

- El poema se escribe con la intención de ser interpretado en voz alta.
- El cuerpo y el movimiento son parte de la interpretación.
- El ritmo y la musicalidad son esenciales.
- A menudo, aborda temas sociales o políticos de forma directa.

Cómo preparar un recital de poesía escénica:

1. **Selección de poemas**: elegir poemas que funcionen bien en voz alta. Los poemas con ritmos marcados, repeticiones y palabras sonoras son más adecuados.
2. **Orden de los poemas**: crear una curva de intensidad. Empezar con un poema accesible que enganche; mantener la tensión con poemas más intensos en el centro; cerrar con un poema que deje un regusto o una pregunta.
3. **Movimiento y gestualidad**: no hay que estar quieto como una estatua. El cuerpo debe acompañar el poema: gestos de las manos, desplazamientos en el escenario, cambios de postura.
4. **Vestuario y presencia**: el aspecto físico forma parte de la interpretación. No es necesario un disfraz, pero sí una elección consciente de la ropa y el aspecto.
5. **Entrada y salida**: cómo se entra al escenario y cómo se sale son parte de la actuación. No hay que empezar a hablar antes de estar colocado; no hay que salir corriendo después del último poema.

10.3. El recital como espectáculo: montaje y puesta en escena

Un recital no es solo una lectura de poemas. Es un espectáculo que debe ser montado como tal.

Elementos del montaje:

1. **Espacio**: ¿dónde se va a hacer el recital? Un teatro, una

librería, un centro cultural, un bar. Cada espacio condiciona la puesta en escena.
2. **Iluminación**: la luz crea atmósfera. Un foco sobre el poeta, una luz tenue, luz cálida o fría. Si es posible, pedir al técnico de iluminación del espacio.
3. **Sonido**: si se usa música, debe ser un acompañamiento sutil que no compita con la voz. Algunos poetas usan música de fondo; otros prefieren silencio absoluto.
4. **Duración**: un recital no debe durar más de 45-60 minutos. El público pierde atención después de ese tiempo. Si hay coloquio, se puede extender.
5. **Programa**: tener un orden escrito de los poemas, por si se pierde el hilo. Si se improvisa, se puede perder el control del tiempo.

10.4. Grabación de vídeos para redes sociales

Los vídeos de poesía en redes sociales son una herramienta de promoción esencial en la actualidad. Un poema recitado en vídeo puede llegar a miles de personas y crear una base de seguidores antes de publicar el libro.

Cómo grabar vídeos de poesía:

1. **Equipo básico**: un smartphone con buena cámara es suficiente. Un micrófono externo (de solapa o de mesa) mejora la calidad del sonido drásticamente. Un trípode o soporte para mantener la cámara estable.
2. **Fondo y luz**: un fondo neutro (pared blanca, cortina, librería). Luz natural o una lámpara frontal para iluminar el rostro.
3. **Formato**: vertical para redes como Instagram o TikTok; horizontal para YouTube.
4. **Duración**: entre 30 segundos y 1 minuto es el rango ideal para redes sociales. Un poema de 2-3 minutos se puede partir en varios vídeos.
5. **Edición**: programas gratuitos como CapCut o iMovie permiten cortar, ajustar el volumen y añadir subtítulos (recomendables

para que el poema se entienda sin sonido).

Consejos para grabar:

- No hacer una sola toma; grabar varias veces y elegir la mejor.
- Hablar despacio y con claridad.
- Mirar a la cámara como si se mirara a una persona.
- Editar para quitar los silencios largos o los errores.

10.5. Colaboraciones con músicos y otros artistas

La colaboración con otros artistas (músicos, bailarines, artistas visuales) puede enriquecer el recital y abrir nuevas puertas.

Tipos de colaboración:

- **Poesía y música**: un músico acompaña al poeta con guitarra, piano o percusión. La música no debe tapar la voz, sino crear atmósfera.
- **Poesía y danza**: el bailarín interpreta el poema con el cuerpo mientras el poeta recita.
- **Poesía y artes visuales**: proyección de imágenes o vídeos mientras se recita.
- **Poesía y teatro**: el recital se convierte en una obra de teatro con textos poéticos.

Cómo encontrar colaboradores:

- Asistir a eventos multidisciplinares donde coincidan artistas de distintas disciplinas.
- Ofrecer una colaboración a músicos o artistas que admires (muchos buscan proyectos creativos).
- Utilizar redes sociales para encontrar artistas con intereses similares.

Consejo: la colaboración debe ser equilibrada. No se trata de que el poeta sea un actor secundario en su propio recital. El poema debe seguir siendo el

centro.

Ejercicios del Bloque III

1. **Investigación de revistas**: crea una lista de 10 revistas literarias (5 físicas, 5 digitales) que encajen con tu poesía. Investiga sus plazos de recepción y requisitos.
2. **Preparación de un envío a revista**: prepara un envío completo para una revista de poesía: correo electrónico, archivo adjunto con 3-5 poemas, biografía.
3. **Propuesta para festival**: redacta una propuesta de participación para un festival o ciclo de poesía de tu ciudad. Incluye biografía, propuesta de recital y enlace a vídeo.
4. **Grabación de un vídeo**: graba un vídeo de 1 minuto recitando un poema. Edítalo y súbelo a una red social. Analiza el impacto.
5. **Diseño de un recital**: diseña el orden de un recital de 10 poemas. Decide la duración, la ambientación y la interacción con el público.

BLOQUE IV: FINANCIACIÓN Y SUBSISTENCIA

Capítulo 11: Becas, ayudas y residencias

11.1. Introducción al sistema de ayudas en España

Uno de los pilares fundamentales del ecosistema poético español es el sistema de ayudas públicas y privadas que permite a los creadores dedicar tiempo a la escritura sin depender exclusivamente de las ventas de libros. Este sistema, aunque complejo y fragmentado en múltiples administraciones, constituye una de las principales vías de subsistencia para el poeta profesional.

El sistema de ayudas en España se estructura en tres niveles administrativos: **estatal, autonómico y local**. A estos se suman las convocatorias de fundaciones privadas y entidades culturales que, aunque con menor presupuesto, ofrecen oportunidades de gran prestigio y visibilidad.

Para el poeta, el conocimiento de este sistema es esencial, ya que las ayudas no solo proporcionan financiación, sino también un **aval curricular**. Haber recibido una beca del Ministerio de Cultura, del INJUVE o de una fundación de prestigio es un indicador de calidad que las editoriales y los jurados de premios valoran positivamente.

11.2. Ayudas a la creación del Ministerio de Cultura

El **Ministerio de Cultura** convoca anualmente ayudas a la creación literaria en diversas modalidades. Estas ayudas están destinadas a la producción de obra inédita y suelen tener una dotación económica significativa, así como un plazo de ejecución de un año.

Características principales:

- **Dotación económica**: entre 12.000€ y 18.000€ (según la

convocatoria y la modalidad).
- **Duración del proyecto**: un año natural.
- **Requisitos habituales**: tener al menos una obra publicada o haber recibido un premio de reconocido prestigio.
- **Modalidades**: algunas convocatorias están específicamente dirigidas a la poesía, mientras que otras son de carácter general para creación literaria.

11.3. Ayudas autonómicas y provinciales

Las comunidades autónomas y las diputaciones provinciales convocan sus propias ayudas a la creación. Aunque su dotación económica suele ser menor que las del Ministerio, la competencia es también más reducida, lo que las convierte en una vía más accesible para el poeta emergente.

Ejemplos:

- La **Comunidad de Madrid** convoca ayudas a la creación literaria con dotaciones que pueden superar los 10.000€.
- La **Junta de Andalucía** tiene programas de becas y residencias para autores andaluces.
- Las **diputaciones provinciales** (como la de Granada o la de Barcelona) suelen tener convocatorias anuales para autores de su provincia.

Estrategia para acceder a estas ayudas:

1. **Investigación**: buscar en las páginas web de las consejerías de cultura de tu comunidad autónoma y de tu diputación.
2. **Preparación del proyecto**: estas ayudas suelen exigir un proyecto detallado, con una memoria, un calendario de trabajo y una muestra de la obra en proceso.
3. **Cumplimiento de plazos**: las convocatorias suelen abrirse en el primer trimestre del año y cerrar en primavera.
4. **No limitarse a una sola**: presentarse a varias convocatorias simultáneamente aumenta las posibilidades.

11.4. Residencias literarias

Las residencias literarias son una modalidad de ayuda que proporciona alojamiento, manutención y, a menudo, un espacio de trabajo durante un período determinado (de 1 a 3 meses). Son una oportunidad para concentrarse en la escritura sin las distracciones de la vida cotidiana y, en muchos casos, para conectar con otros creadores.

Principales residencias en España:

Fundación Valparaíso (Mojácar, Almería):

- Una de las más prestigiosas a nivel nacional e internacional.
- Ofrece residencias de creación para autores de cualquier nacionalidad.
- Proporciona alojamiento, espacio de trabajo y un entorno natural excepcional.
- Suelen tener convocatorias anuales con plazos de solicitud en el primer trimestre del año.

Residencia de Estudiantes (Madrid):

- Histórica institución que ha acogido a las principales figuras de la cultura española del siglo XX.
- Ofrece residencias para creadores de diversas disciplinas, incluyendo la literatura.
- Las estancias son de varios meses y proporcionan un entorno de intercambio intelectual.

Otras residencias:

- La Fundación Antonio Gala (Córdoba), especialmente para jóvenes creadores.
- Residencias gestionadas por ayuntamientos y centros culturales en diversas provincias.
- Residencias internacionales en América Latina y Europa.

Cómo acceder a las residencias:

1. **Proyecto de trabajo**: la mayoría exige presentar un proyecto detallado de lo que se va a escribir durante la residencia.
2. **Carta de motivación**: explicar por qué la residencia es relevante para tu proceso creativo.
3. **Muestra de obra**: adjuntar una selección de poemas publicados o inéditos.
4. **Currículum**: destacar las publicaciones, premios y becas previas.
5. **Contactar con referencias**: algunas residencias piden cartas de recomendación de otros autores o críticos.

11.5. Ayudas a la movilidad

Las ayudas a la movilidad están destinadas a sufragar los gastos de participación en eventos culturales (festivales, ferias, congresos) tanto a nivel nacional como internacional. Son una herramienta clave para el poeta que busca expandir su red de contactos más allá de su entorno local.

Tipos de ayudas a la movilidad:

- **Para asistencia a ferias y festivales**: subvencionan viaje, alojamiento y manutención.
- **Para estancias de investigación**: permiten desplazarse a archivos o bibliotecas.
- **Para residencias internacionales**: complementan las becas de residencia con gastos de desplazamiento.

Fuentes de estas ayudas:

- **Ministerio de Cultura**: convoca ayudas a la movilidad internacional.
- **Acción Cultural Española (AC/E)**: ofrece programas de apoyo a la internacionalización de creadores.
- **Comunidades autónomas**: algunas tienen programas específicos para la movilidad de sus autores.
- **Fundaciones privadas**: como la Fundación BBVA, que en

ocasiones financia desplazamientos de investigadores y creadores.

Estrategia para acceder a estas ayudas:

1. **Planificación anticipada**: las ayudas a la movilidad suelen requerir solicitud con varios meses de antelación.
2. **Presentar una propuesta concreta**: indicar el evento al que se quiere asistir, el coste estimado y los beneficios de la participación.
3. **Tener una invitación o confirmación**: en muchos casos, es necesario demostrar que se ha sido invitado al evento.
4. **Aprovechar las convocatorias de las ferias internacionales**: muchas ferias (como la de Guadalajara o la de Bogotá) ofrecen becas de movilidad para autores iberoamericanos.

11.6. Fundaciones privadas que financian la poesía

Además de las ayudas públicas, existen numerosas fundaciones privadas que financian la poesía a través de premios, becas y programas de actividades. Suelen tener un mayor prestigio que las ayudas públicas debido a su trayectoria y a la calidad de los jurados.

Fundación Loewe:

- Con el **Premio Loewe de Poesía**, uno de los más prestigiosos del mundo hispanohablante.
- Dotación económica de 20.000€.
- Cuenta con un jurado de primer nivel.
- Acceso: solo por convocatoria anual.

Fundación BBVA:

- Financia actividades culturales y programas de creación, aunque no tiene un premio específico de poesía.
- Colabora en la organización de festivales y en la edición de obras.

Fundación March:

- Programa actividades culturales en su sede de Madrid, incluyendo lecturas de poesía y conferencias.
- No tiene un premio específico de poesía, pero su programación es un escaparate de gran prestigio.

Fundación Antonio Gala:

- Residencias para jóvenes creadores (hasta 35 años) en Córdoba.
- Alojamiento y manutención durante varios meses.
- Muy valorada en el currículum de un poeta emergente.

11.7. Guía tarifaria para saber cuánto cobrar por eventos

Uno de los aspectos que más dudas genera en el poeta profesional es la **fijación de tarifas** por sus servicios. No existe un baremo oficial, pero la práctica profesional ha establecido unos rangos orientativos:

Recital en biblioteca o centro cultural (1 hora): 150€ - 300€. Depende del tamaño del espacio, el prestigio del autor y la ciudad.

Taller de escritura creativa (4 sesiones, 2 horas cada una): 400€ - 600€. Se puede cobrar por alumno (ej. 80€ por taller) o por un precio fijo por el taller completo.

Participación en mesa redonda o coloquio: 100€ - 200€. Suele ser una actividad de menor duración (30-45 minutos).

Conferencia o charla sobre poesía: 300€ - 800€. Depende de la duración (1-2 horas) y del prestigio del ponente.

Colaboración en revista o medio: a menudo no se paga, pero si se trata de una colaboración fija, puede negociarse entre 50€ y 150€ por texto.

Regla de oro: **Nunca cobrar menos de 100€ por un evento que requiera desplazamiento**. Siempre se debe solicitar que la entidad organizadora cubra los gastos de viaje y manutención. Aunque el caché sea simbólico, el desplazamiento debe ser sufragado.

Capítulo 12: Podcast, radio y laboratorios de poesía

12.1. El formato podcast como canal de difusión

El podcast se ha consolidado como uno de los formatos de difusión cultural más importantes de la última década. Para el poeta, ofrece una oportunidad única de llegar a un público amplio sin las limitaciones de la prensa tradicional o la distribución editorial.

Ventajas del podcast para el poeta:

- **Llegada directa al oyente**: el podcast se descarga en el dispositivo del oyente, creando una intimidad similar a la de la lectura en voz alta.
- **Bajo coste de producción**: se puede grabar con un smartphone y un micrófono de solapa.
- **Formatos flexibles**: desde la lectura de poemas hasta la entrevista a otros poetas.
- **Construcción de comunidad**: los oyentes fieles son la base de un público potencial para el libro.

Tipos de podcast poéticos:

1. **Lectura de poemas**: el autor lee sus poemas o poemas de otros autores (con permiso).
2. **Entrevistas a poetas**: conversaciones con otros creadores sobre su obra y el ecosistema poético.
3. **Análisis de poesía**: comentario y reflexión sobre poemas clásicos o contemporáneos.
4. **Poesía y música**: combinación de poemas con música ambiente.

Cómo lanzar un podcast de poesía:

1. **Definir el formato**: elegir la duración (20-30 minutos es lo

habitual) y la periodicidad (semanal o quincenal).

2. **Preparar el equipo**: un micrófono USB (ej. Blue Yeti), un ordenador con software de edición de audio (Audacity es gratuito) y una plataforma de alojamiento (Spotify for Podcasters, Ivoox).
3. **Grabar y editar**: la edición es esencial para eliminar ruidos, pausas largas y errores.
4. **Publicar y promocionar**: subir a las plataformas, compartir en redes sociales y pedir reseñas.

12.2. Radios públicas y espacios colaborativos

Las **radios públicas** (como Radio Nacional de España, RNE) tienen programas culturales que incluyen espacios dedicados a la poesía. Participar en ellos es una forma de obtener visibilidad y prestigio.

Programas de poesía en la radio española:

- **El Ojo Crítico (RNE)**: programa cultural que incluye secciones de poesía.
- **Los Conciertos de la 2** (con poesía y música) y otros programas de la radio pública con secciones literarias.
- **Emisoras autonómicas**: muchas tienen espacios culturales donde se puede participar.

Cómo acceder a la radio:

1. **Contactar a los programadores**: buscar el correo de contacto de los programas culturales.
2. **Enviar un dossier**: incluir biografía, publicaciones y un enlace a un audio recitando.
3. **Ofrecer un tema concreto**: la radio busca contenido relevante; ofrecer un poema sobre un tema de actualidad puede ser un gancho.
4. **Crear relaciones**: si se participa una vez, mantener el contacto para futuras colaboraciones.

Los **espacios colaborativos** (como las radios comunitarias o los podcasts colectivos) también son una vía de acceso para el poeta emergente. Suelen estar más abiertos a nuevas voces.

12.3. Instituciones, fundaciones y empresas privadas que trabajan con poesía

Existen numerosas instituciones, fundaciones y empresas privadas que

programan actividades de poesía o la incluyen en sus líneas de trabajo. El poeta debe conocerlas y saber cómo acceder a ellas.

Instituciones públicas:

- **Ayuntamientos**: muchos tienen departamentos de cultura que organizan ciclos de poesía y premios locales.
- **Diputaciones**: suelen tener convocatorias de premios y residencias.
- **Centros culturales**: programan actividades poéticas en sus espacios.

Fundaciones privadas:

- **Fundación March**: programa lecturas de poesía y conferencias en Madrid.
- **Fundación BBVA**: apoya la creación cultural, incluyendo poesía.
- **Fundación Antonio Gala**: residencias para jóvenes creadores.

Empresas privadas:

- **Editoriales**: a veces organizan presentaciones y ciclos de poesía.
- **Librerías**: muchas tienen programas de recitales en sus espacios.
- **Festivales y productoras**: algunas empresas se dedican a la organización de eventos culturales y contratan poetas.

Estrategia para acceder a estas entidades:

1. **Elaborar un listado**: recopilar los contactos de las entidades relevantes en tu ámbito geográfico.
2. **Contactar con una propuesta concreta**: ofrecer un recital, un taller o una colaboración.
3. **Mantener el contacto**: el networking es una inversión a largo plazo.

12.4 Laboratorios de poesía

El concepto de "laboratorio de poesía" ha proliferado en los últimos años, ofreciendo:

- Formación en gestión cultural.
- Mentoría para la publicación.
- Red de contactos entre poetas emergentes y consolidados.
- Herramientas prácticas para la promoción de la obra.

Si un poeta busca profesionalizarse, estos laboratorios pueden ser una inversión útil, siempre que se investigue su calidad y el perfil de los profesionales que los imparten.

12.5. El poeta como agente cultural

El concepto de "poeta como agente cultural" es central en el ecosistema contemporáneo. El poeta no es solo un creador, sino también un gestor de su propia carrera, un promotor de su obra y un conector entre el arte y el público.

Funciones del poeta como agente cultural:

- **Organizar eventos**: recitales, talleres, presentaciones.
- **Gestionar su presencia online**: redes sociales, web, newsletter.
- **Establecer relaciones con programadores, libreros y críticos**.
- **Conocer y utilizar el sistema de ayudas, becas y residencias**.
- **Diversificar los ingresos**: no depender solo de las ventas de libros.

Habilidades necesarias:

- **Gestión del tiempo**: planificar las actividades a lo largo del año.
- **Comunicación**: saber redactar correos, dossieres y propuestas profesionales.
- **Networking**: construir y mantener una red de contactos.
- **Resiliencia**: gestionar el rechazo y las dificultades.

- **Pensamiento estratégico**: tomar decisiones informadas sobre la carrera profesional.

Ejercicios del Bloque IV

1. **Investigación de ayudas**: busca en la página web del Ministerio de Cultura y de tu comunidad autónoma las convocatorias de ayudas a la creación literaria. Anota los plazos y requisitos.
2. **Planificación anual de solicitudes**: crea un calendario con las fechas de apertura y cierre de las principales ayudas, premios y residencias. Planifica tus solicitudes.
3. **Preparación de un proyecto para una residencia**: redacta un proyecto detallado para una residencia literaria: memoria de trabajo, calendario y muestra de obra.
4. **Tarifario personal**: elabora tu propio tarifario para actividades poéticas (recitales, talleres, conferencias). Ajústalo a tu nivel de experiencia.
5. **Creación de un dosier profesional**: elabora un dossier completo con biografía, publicaciones, premios, becas y enlaces a vídeos.
6. **Plan de contacto con entidades**: elabora una lista de 10 entidades (centros culturales, ayuntamientos, librerías) y redacta un correo modelo para ofrecer tu participación.

BLOQUE V: DERECHOS Y ASPECTOS LEGALES

Capítulo 13: Derechos de autor y contratos editoriales

13.1. Propiedad intelectual en poesía: fundamentos y protección

La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística o científica. En el caso de la poesía, estos derechos protegen la expresión original del poema, no la idea o el concepto que lo inspira. Desde el momento en que un poema es creado y fijado en un medio tangible —papel, archivo digital, grabación, etc.—, su autor obtiene derechos exclusivos sobre su uso, reproducción y distribución.

¿Qué protege exactamente el derecho de autor en poesía?

- La estructura y arquitectura del poema (orden de los versos, estrofas, métrica).
- La elección y combinación de palabras.
- El ritmo y la musicalidad del texto.
- La imagen poética y su desarrollo.
- Los títulos de los poemas y del poemario (si tienen originalidad suficiente).

¿Qué no protege?

- Las ideas o temas (el amor, la muerte, la naturaleza).
- Los títulos genéricos o de uso común.
- Las citas o referencias a otros autores (siempre que se indique su procedencia).

13.2. Registro de derechos de autor: ¿es necesario?

Aunque los derechos de autor nacen automáticamente con la creación de la obra —sin necesidad de registro—, existen mecanismos que proporcionan una **prueba legal de autoría y fecha de creación**, útil en caso de disputas.

Opciones de registro en España:

Registro de la Propiedad Intelectual: organismo oficial dependiente del Ministerio de Cultura. Ofrece una certificación pública de autoría y fecha. Es la vía más tradicional y con mayor validez jurídica.

Registro de ISBN y Depósito Legal: si se va a publicar el poemario en formato impreso, registrar un ISBN y realizar el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional ayuda a documentar la existencia y propiedad de la obra. El ISBN no es un registro de derechos de autor, pero constituye un documento público de publicación.

Safe Creative y otras plataformas digitales: servicios de certificación temporal que generan una prueba digital de autoría. Son más ágiles y económicos que el registro oficial, aunque su validez jurídica en caso de litigio puede ser menor.

13.3. Tipos de contratos editoriales: edición, cesión y licencia

El contrato editorial es el documento que regula la relación entre el autor y la editorial. Conocer sus tipos y cláusulas es esencial para no ceder derechos de forma involuntaria.

Contrato de edición: el autor cede a la editorial el derecho de reproducir y distribuir la obra durante un plazo determinado. La editorial se compromete a editar y comercializar el libro. El autor recibe royalties sobre las ventas. Es el tipo más habitual en poesía.

Contrato de cesión de derechos: el autor transfiere todos o parte de sus derechos patrimoniales a la editorial de forma definitiva o por un período muy largo (ej. 50 años). Es menos favorable para el autor y debe evitarse en lo posible. Si se ceden derechos de forma global, sin desglose, el poeta puede perder el control sobre su obra.

Contrato de licencia: el autor concede a la editorial un permiso específico para usar la obra en determinados formatos y territorios, pero conserva el

control sobre los derechos. Es más flexible y permite al autor explotar la obra en otros formatos (ej. audiolibro, traducción, adaptación teatral).

Contrato de autopublicación: el autor conserva todos los derechos y utiliza la plataforma (ej. Amazon KDP) como medio de distribución. No es un contrato de cesión, sino un acuerdo de servicios. Se deben revisar las condiciones de la plataforma para asegurarse de que el autor no cede derechos de forma gratuita o indefinida.

13.4. Cláusulas esenciales del contrato editorial

Un contrato editorial debe revisarse cuidadosamente. Estas son las cláusulas fundamentales:

Ámbito territorial: ¿la edición es solo en España o también en América Latina? Definir el territorio es crucial, especialmente si el autor tiene planes de publicar en otros países.

Plazo de cesión: ¿por cuánto tiempo se ceden los derechos? Lo habitual es entre 5 y 10 años con posibilidad de renovación. Plazos más largos son desfavorables para el autor.

Tipo de derechos cedidos: ¿se ceden solo los derechos de edición en papel o también los digitales, de audiolibro, de traducción, etc.? Lo ideal es ceder solo los derechos que la editorial pueda explotar efectivamente, y reservarse el resto.

Royalties y anticipo: ¿qué porcentaje recibe el autor? Para poesía, el rango habitual es del 8% al 10% del PVP (precio de venta al público). El anticipo es un pago a cuenta que la editorial adelanta al autor y que se descuenta de los royalties futuros.

Obligación de editar: ¿la editorial se compromete a editar el libro en un plazo determinado? Sin esta cláusula, la editorial podría tener los derechos de la obra inactivos durante años, bloqueando su explotación.

Liquidaciones y pagos: ¿cada cuánto tiempo se liquidan los royalties? Lo

habitual es semestral o anualmente. Es importante que el contrato especifique que el autor tiene derecho a revisar las cuentas de la editorial.

Derechos de autor y moral: el autor siempre conserva el derecho a ser reconocido como autor (derecho de paternidad) y a oponerse a modificaciones que perjudiquen su prestigio (derecho a la integridad). Estas cláusulas no son negociables.

13.5. Cesión de derechos digitales y audiolibros

El auge de los formatos digitales y los audiolibros ha añadido nuevas cláusulas a los contratos editoriales. El poeta debe prestar especial atención a estos aspectos:

Derechos digitales: ¿la editorial puede explotar la obra en formato ebook, en plataformas de lectura digital o en aplicaciones? Si no se especifica, la interpretación puede ser favorable a la editorial. Lo recomendable es que se indiquen expresamente los derechos digitales cedidos y sus condiciones económicas (ej. royalties del 20-30% sobre el precio de venta digital).

Derechos de audiolibro: el formato de audio es uno de los que más crece en el sector editorial. Si el autor prevé la posibilidad de grabar su poesía en audio o cederlo a una editorial de audiolibros, debe asegurarse de que el contrato no cede estos derechos de forma global. Es preferible negociar una cesión separada, con royalties superiores a los del papel (ej. 25-40% del precio de venta del audiolibro).

Derechos de adaptación: si la poesía tiene potencial para ser adaptada a otros formatos (teatro, cine, música, performances), el autor debe reservarse esos derechos explícitamente.

Capítulo 14: Gestión de riesgos y conflictos

14.1. ¿Qué es el plagio en poesía? Límites legales y éticos

El plagio en poesía es un asunto complejo, con límites que a menudo son difusos. La ley española establece que el plagio consiste en la **reproducción sustancial de una obra ajena sin autorización y sin citar la fuente**, con el ánimo de obtener un beneficio económico o un reconocimiento indebido.

Casos paradigmáticos de plagio en poesía:

El caso Darío Frías Paredes (España, 2015-2018): Frías ganó dos premios de poesía (Alfons el Magnànim y Nicolás de Hierro) con poemarios que resultaron ser copias de obras de Jorge de Arco y Carlos Aganzo. El plagio era "escandaloso y flagrante": donde un autor escribía "encontréis", Frías ponía "buscáis"; donde "diciembre", "noviembre"; y así cientos de veces con sustitución de vocablos. Todas las demás palabras permanecían idénticas, así como el orden de los versos y la métrica. Frías fue condenado a **15 meses de prisión**, indemnización y decomiso del dinero de los premios (11.500 euros). Este fue el primer caso en España resuelto por la vía penal contra un plagiario.

El caso de Juan María Calles (Castellón, 2015): El ex concejal y poeta, ganador de premios como el Adonais, fue condenado por plagio por reproducir textos de otros autores sin autorización en su obra sobre Max Aub. La sentencia ordenó la retirada de todos los ejemplares y el pago de una indemnización de 800 euros.

El caso de la Revista Nacional de Cultura (Costa Rica, 2026): La revista anuló el premio de poesía otorgado a María Musgo tras comprobar que el poema ganador era copia de un texto de la autora Josefina G. Paz. La editorial New York Poetry Press también inició una revisión interna por sospechas de plagio en el libro de la autora.

¿Dos frases hacen un plagio?: El caso de Enrique Bunbury, que utilizó dos frases del poeta Pedro Casariego sin citar la fuente, generó una polémica que

el músico zanjó con la afirmación: "Dos frases no hacen un plagio. Pregunten. Si alguien está convencido de que no es como aquí afirmo, nos vemos en los tribunales". Aunque el caso no llegó a los tribunales, la familia del poeta criticó la falta de ética: "No vale todo, aunque algunos intenten hacérnoslo creer".

14.2. La intertextualidad creativa vs. el plagio

La frontera entre la intertextualidad legítima y el plagio es a veces difusa, pero existen criterios que permiten distinguirlas:

Intertextualidad creativa: el autor toma prestadas palabras o frases de otro texto para crear una **obra nueva**, con un significado y una intención artística propios. El préstamo es transparente: el autor reconoce la fuente o deja pistas claras de su origen. El ejemplo extremo es el de Pablo Katchadjian, que "engordó" el cuento de Borges con 5.600 palabras sin alterar el texto original. La justicia argentina determinó que no hubo plagio porque el autor actuó sin dolo, es decir, sin intención de defraudar los derechos de autor, y el gesto era un "experimento literario extremo pero legítimo".

Plagio: el autor copia el texto ajeno y lo presenta como suyo, **ocultando** su origen para obtener un beneficio o reconocimiento. El caso de Darío Frías fue considerado plagio porque el autor había copiado "poemas enteros" sin citar la fuente, con la intención de ganar premios y dinero.

Criterios para distinguirlos:

- **Volumen de la copia**: ¿cuántos versos o estrofas se han tomado prestados?
- **Originalidad**: ¿la copia es un ejercicio creativo que genera una obra nueva, o es una copia servil?
- **Transparencia**: ¿el autor reconoce la fuente o la oculta?
- **Intención**: ¿la copia busca un beneficio económico o es un gesto artístico?
- **Contexto**: ¿la obra se presenta como un diálogo con la tradición o como un texto original sin más?

14.3. Plagio académico vs. plagio creativo

Es importante distinguir entre el plagio académico y el plagio creativo, ya que sus implicaciones éticas y legales son diferentes.

Plagio académico: consiste en presentar como propio el trabajo de otro en un contexto académico (ensayos, tesis, investigaciones). Es culposo, se oculta deliberadamente y su objetivo es obtener una calificación o un título. Es considerado una falta grave en el ámbito educativo.

Plagio creativo: como el de Katchadjian, es un gesto artístico que deja huellas de su origen y que no se completa hasta evidenciar la fuente. Es "una suerte de acto de magia a la inversa, que no es del todo exitoso o que no puede ser apreciado en su real dimensión hasta que el truco se revela y la ilusión se desvanece". Este tipo de plagio, lejos de buscar un beneficio patrimonial, busca "nuevas formas más drásticas de comunicar".

14.4. Qué hacer si detectan plagio de tu obra

Si descubres que alguien ha copiado tu poesía sin autorización, existen pasos que puedes seguir:

1. Contactar al infractor (vía recomendada por Alvamark): escribir un correo o carta solicitando la eliminación del contenido. A veces, el infractor no es consciente de que está cometiendo una infracción.

2. Enviar una carta de cese y desistimiento (vía recomendada por Alvamark): un documento formal que exige al infractor que deje de utilizar la obra. Puede redactarse con ayuda de un abogado.

3. Presentar una reclamación en la plataforma (vía recomendada por Alvamark): si el plagio se ha publicado en redes sociales, blogs o plataformas de autopublicación, se puede presentar una denuncia ante la plataforma para que retiren el contenido.

4. Iniciar acciones legales (vía recomendada por Alvamark): si el daño es significativo y no se soluciona por otras vías, se puede presentar una querella.

Los casos más graves pueden llegar a la vía penal, como en el caso de Frías.

14.5. Impagos y cómo reclamar

Los impagos en el sector editorial no son infrecuentes. El autor debe conocer sus derechos y los mecanismos para reclamar.

Liquidaciones: la editorial está obligada a liquidar los royalties en los plazos establecidos en el contrato (normalmente, semestral o anualmente). Si la editorial no liquida o no proporciona los informes de ventas, el autor debe reclamar.

Reclamación amistosa: enviar un correo o carta a la editorial recordando la obligación de liquidar. A menudo, la falta de liquidación es por negligencia o desorganización, no por mala fe.

Burofax o carta certificada: si la reclamación amistosa no funciona, se puede enviar un burofax requiriendo el pago y estableciendo un plazo. Este documento sirve como prueba de la reclamación.

Denuncia ante la SGAE o CEDRO: si la editorial no paga, se puede denunciar ante las entidades de gestión de derechos de autor.

Acción judicial: como último recurso, se puede interponer una demanda por incumplimiento de contrato.

14.6. Asesoramiento legal: la importancia de un abogado especializado

El autor debe considerar contratar un abogado especializado en propiedad intelectual en las siguientes situaciones:

- **Antes de firmar un contrato editorial**: un abogado puede identificar cláusulas abusivas y negociar condiciones más favorables.
- **En caso de plagio**: un abogado puede evaluar el caso, recopilar pruebas y, si procede, iniciar acciones legales.
- **En caso de impago**: un abogado puede gestionar la reclamación y, si es necesario, interponer una demanda.

- **En caso de conflicto por cesión de derechos**: un abogado puede interpretar el contrato y defender los intereses del autor.

Recursos de asesoramiento legal:

- **Sindicato de Autores**: ofrece asesoramiento legal a sus socios.
- **Colegio de Abogados**: algunos colegios ofrecen servicios de orientación jurídica gratuita.
- **Asociaciones de escritores**: suelen tener acuerdos con bufetes especializados.

Ejercicios del Bloque V

1. **Revisión de un contrato modelo**: busca un modelo de contrato editorial en internet (o utiliza el que te facilite tu editorial) y analiza las cláusulas de cesión de derechos, territorialidad, plazo y royalties. Identifica las cláusulas que podrían ser desfavorables para el autor.
2. **Caso práctico de plagio**: analiza el caso de Darío Frías o del ex concejal Calles. Reflexiona: ¿por qué estos casos fueron considerados plagio? ¿Qué elementos diferenciaban su conducta del ejercicio de intertextualidad creativa de Katchadjian o del gesto artístico de Juan Luis Martínez?
3. **Plan de protección de tu obra**: elabora un plan de protección para tus poemas inéditos. ¿En qué formatos y plataformas los publicarás? ¿Registrarás tu obra en el Registro de la Propiedad Intelectual? ¿Qué mecanismos de monitoreo utilizarás?
4. **Carta de cese y desistimiento**: redacta un modelo de carta de cese y desistimiento que podrías enviar a alguien que haya plagiado tu obra sin permiso.
5. **Análisis de los límites de la intertextualidad**: investiga algún caso de intertextualidad en poesía o literatura (citas, homenajes, parodias) y reflexiona sobre dónde trazarías la línea entre el diálogo creativo y el plagio.

BLOQUE VI: ESTRATEGIA DE CARRERA Y VISIÓN DE FUTURO

Capítulo 15: Construcción de una carrera sostenible

15.1. El poeta como gestor de sí mismo

El poeta contemporáneo no puede limitarse a escribir. Como ha demostrado la trayectoria de figuras como Gonzalo Escarpa, la carrera poética se construye sobre tres pilares: la creación, la gestión cultural y la presencia escénica.

La obra de un poeta contemporáneo trasciende al libro impreso. Mediante un trabajo incesante desde los escenarios y la gestión cultural, su energía creativa se expresa también en el diálogo interdisciplinario y la creación de proyectos. El poeta debe asumir su papel como gestor de sí mismo, diseñando su propio itinerario y construyendo una carrera que no depende exclusivamente de la publicación de libros.

El modelo de Escarpa: polipoesía y perfopoesía
Escarpa se autodenomina "polipoeta y perfoescritor", y admite que hay dentro de él un gestor de proyectos culturales. Su trabajo es ejemplar con respecto a la idea de que la obra de un poeta trasciende al libro impreso: ha fundado cuatro espacios culturales independientes (tres en España y uno en México), ha coordinado antologías generacionales como *Todo es poesía menos la poesía* (2004), y ha llevado su poesía a escenarios internacionales como el Piccolo Teatro de Milán o el Instituto Cervantes de Amán.

15.2. Planificación anual de actividades

Una carrera sostenible requiere planificación. El poeta debe diseñar un

calendario anual que integre diferentes tipos de actividad:

Actividades creativas:

- Escritura de nuevos poemas y revisión de manuscritos.
- Preparación de proyectos para residencias y becas.
- Investigación y experimentación formal.

Actividades de publicación:

- Envío de poemas a revistas literarias.
- Presentación de manuscritos a editoriales y premios.
- Seguimiento de envíos y gestión de respuestas.

Actividades de promoción:

- Recitales y presentaciones.
- Talleres y formación.
- Presencia en redes sociales y medios.

Actividades de gestión:

- Solicitud de ayudas y becas.
- Networking y mantenimiento de contactos.
- Planificación estratégica de la carrera.

Actividades de formación:

- Lectura crítica de otros poetas.
- Asistencia a festivales y congresos.
- Formación en nuevas herramientas (inteligencia artificial, formatos digitales, etc.).

15.3. La importancia de la comunidad de lectores

El escenario se constituye en Escarpa como parte indisociable de su voz, pues le brinda un ágora y un laboratorio desde el cual se interpela siempre a un público y a lectores concretos. Esta es una lección fundamental: la poesía no se escribe en el vacío, sino para una comunidad.

Estrategias para construir comunidad:

1. **Crear espacios de encuentro**: como La Piscifactoría Laboratorio de Creación, que Escarpa fundó en 2006 y que ha sido un espacio dedicado a la formación y experimentación poética contemporánea durante más de dos décadas.
2. **Utilizar formatos participativos**: Escarpa ha coordinado intervenciones de poesía contemporánea y recitales masivos colectivos con motivo del Día Mundial de la Poesía en museos nacionales como el Museo Sorolla y el Museo Thyssen-Bornemisza.
3. **Integrar lo digital y lo presencial**: desde 2018 coordina la estrategia poética de Ámbito Cultural de El Corte Inglés a través del ciclo #LdeLírica, colaborando con la Real Academia Española y el Museo Nacional del Prado, y ofrece talleres tanto presenciales como en streaming.

15.4. Gestión del fracaso y la crítica

El fracaso y la crítica son partes inevitables de la carrera de un poeta. La clave está en saber gestionarlos:

El rechazo editorial: como se ha visto en el Bloque II, el rechazo es la norma. Escarpa publicó su primer poemario en 2006, *Fatiga de materiales* (Trashumantes), tras años de trabajo y tras haber sido becario de la Fundación Antonio Gala en 2002.

La crítica literaria: Escarpa ha sido criticado por algunos sectores por su estilo "histriónico" o "contracultural", pero ha mantenido su línea: sus poemas "pican y se sabe exactamente dónde, pues hieren el orgullo de la floritura". La clave está en la coherencia con la propia visión poética.

La precariedad del oficio: como señala la crítica de su obra, su continuo empleo de un alter ego, sea en la oralidad o en la escritura, nunca oculta el absurdo social ni la precariedad propia de la actividad artística. Ser consciente de esta realidad y planificar en consecuencia es parte del oficio.

15.5. Emprendimiento cultural y búsqueda de mecenazgo

Escarpa es un ejemplo de emprendimiento cultural: ha fundado cuatro espacios culturales independientes y ha trabajado como asesor cultural en México. Su modelo incluye:

- **Creación de espacios propios**: desde el Espacio Nautilus hasta La Piscifactoría, pasando por el Centro de Difusión Poética. Como él mismo dice: "Las arquitecturas para la creación me parecen fundamentales para que sucedan cosas".
- **Trabajo institucional**: ha trabajado como coordinador de la Fundación Centro de Poesía José Hierro (2003-2008) y como asesor en políticas culturales comparadas en México.
- **Docencia**: dirige el Máster de Creación Poética de Fuentetaja, es profesor en el Máster de Escritura Creativa de la UAM-Altamarea y en la plataforma Yo Quiero Escribir.
- **Proyectos colaborativos**: ha colaborado con instituciones como AECID, Instituto Cervantes, el Piccolo Teatro de Milán, el Encuentro de Poesía Digital de Beijing y el Centro Cultural de España en México, Haití y Miami.

Lección para el poeta: diversificar las actividades (creación, docencia, gestión, colaboraciones institucionales) es la vía para construir una carrera sostenible sin depender exclusivamente de la venta de libros.

Capítulo 16: Tendencias y futuro de la poesía

16.1. Nuevos formatos: poesía audiovisual, NFT y metaverso

La poesía contemporánea está experimentando una expansión hacia nuevos formatos y lenguajes. Escarpa es un ejemplo de esta tendencia: su trabajo se centra en el estudio de la poética escénica, las tecnologías de la oralidad, los componentes visuales de lo literario y la experimentación intergenérica, elementos que confluyen en un género que denomina **"perfopoesía".**

Perfopoesía: término acuñado por Escarpa para describir la convergencia entre la poesía escrita y la performance escénica. Sus recitales son performativos, de mucha intensidad, y ha llevado esta práctica a escenarios internacionales durante más de quince años.

Poesía y tecnología: Escarpa ha incorporado el análisis transmedia de los lenguajes clásicos en relación con la inteligencia artificial contemporánea en sus programas académicos. En 2025, impartió talleres sobre "El algoritmo de Homero: poesía en tiempos de IA" en los talleres de #LdeLírica, revisando los fundamentos de la imaginación humana, cuestionando la dupla natural/ artificial y realizando ejercicios a tiempo real con diferentes herramientas digitales.

Poesía en museos: Escarpa ha coordinado intervenciones de poesía contemporánea y recitales masivos colectivos en museos nacionales como el Museo Sorolla y el Museo Thyssen-Bornemisza, integrando la poesía en espacios no tradicionales.

16.2. El impacto de la inteligencia artificial en la poesía

La inteligencia artificial está transformando el ecosistema poético, tanto en la creación como en la difusión:

Creación asistida: Escarpa, en sus talleres, realiza ejercicios a tiempo real con diferentes herramientas digitales, explorando cómo la IA puede ser una

aliada en el proceso creativo.

Nuevos desafíos: la IA plantea preguntas fundamentales sobre la autoría y la originalidad. Escarpa revisa los fundamentos de la imaginación humana y cuestiona la dupla natural/artificial.

Oportunidades: la IA permite generar nuevas formas de interacción con el público, crear experiencias poéticas inmersivas y explorar territorios antes inaccesibles.

16.3. La poesía como herramienta social y terapéutica

La poesía está recuperando su función social y comunitaria:

Poesía en espacios públicos: Escarpa ha coordinado recitales masivos colectivos en museos y espacios públicos, haciendo de la poesía una experiencia compartida.

Poesía en contextos educativos: ha participado en programas como "Encuentros literarios con los Institutos de Secundaria" del Ministerio de Educación, llevando la poesía a jóvenes estudiantes.

Poesía como mediación cultural: Escarpa trabaja como mediador cultural, colaborando con instituciones como AECID, Instituto Cervantes y diversos centros culturales internacionales.

16.4. El mercado internacional: oportunidades en América Latina y Europa

El poeta contemporáneo debe mirar más allá de las fronteras nacionales:

América Latina: Escarpa ha trabajado como asesor cultural en México y ha presentado su obra en foros internacionales como el Instituto Cervantes de Amán o el Centro Cultural de España en México, Haití y Miami. El mercado latinoamericano ofrece oportunidades de difusión y colaboración.

Europa: ha presentado su obra en el Piccolo Teatro de Milán, el Mercado de

la Poesía de París y el Encuentro de Poesía Digital de Beijing. Europa ofrece un ecosistema de festivales y residencias muy activo.

Redes internacionales: la colaboración con instituciones como AECID o el Instituto Cervantes permite al poeta acceder a redes internacionales de creación y difusión.

16.5. Voces expertas: análisis de entrevistas a figuras clave

La trayectoria de Gonzalo Escarpa, tal como ha sido recogida en diversas entrevistas y publicaciones, ofrece lecciones valiosas para el poeta que busca construir una carrera en el siglo XXI:

Lección 1: Diversificar la actividad. Escarpa es poeta, gestor cultural, docente y performer. Su energía creativa se expresa en múltiples formatos y espacios.

Lección 2: Crear espacios propios. Ha fundado cuatro espacios culturales independientes. La creación de espacios es fundamental para que "sucedan cosas".

Lección 3: Integrar lo nuevo. Ha incorporado la inteligencia artificial, los formatos digitales y el análisis transmedia a su trabajo.

Lección 4: Construir comunidad. Su trabajo nunca se limita al libro impreso; busca la interpelación directa al público y la creación de comunidades en torno a la poesía.

Lección 5: Reconocer la precariedad. Su poesía nunca oculta la precariedad de la actividad artística. Ser consciente de esta realidad permite planificar y diversificar.

Conclusiones generales

Este manual ha recorrido el ecosistema poético contemporáneo desde sus fundamentos económicos y editoriales hasta las estrategias de carrera y las tendencias de futuro. Las conclusiones principales son:

1. La poesía es un ecosistema vivo y complejo. No se limita a la publicación de libros, sino que incluye premios, becas, festivales, revistas, escena, gestión cultural y formatos digitales.

2. El poeta debe ser un profesional. No en el sentido mercantilista, sino en el de alguien que conoce las reglas del juego y es capaz de tomar decisiones informadas.

3. La diversificación es clave. Un poeta no puede vivir exclusivamente de los royalties. La carrera se sostiene sobre la suma de actividades: escritura, recitales, talleres, gestión, colaboraciones institucionales.

4. La comunidad es fundamental. La poesía no se escribe en el vacío; se construye en diálogo con lectores, otros poetas y el público.

5. El futuro es híbrido. La poesía del siglo XXI integra lo escrito y lo escénico, lo tradicional y lo digital, lo local y lo internacional.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DOCUMENTALES

Este manual ha sido elaborado a partir de fuentes institucionales, documentación profesional del sector editorial, legislación vigente, publicaciones especializadas y materiales de formación sobre gestión cultural y profesionalización poética. Se recomienda al lector consultar periódicamente las fuentes oficiales, ya que las cifras, convocatorias, ayudas y condiciones del mercado editorial cambian con frecuencia.

Organismos e informes oficiales

- Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). *Comercio Interior del Libro en España*.
- Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*.
- Ministerio de Cultura de España. *Panorámica de la Edición Española de Libros*.
- Ministerio de Cultura de España. *Anuario de Estadísticas Culturales*.
- Acción Cultural Española (AC/E). Informes y programas para la internacionalización de creadores.
- Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). Guías y documentación sobre propiedad intelectual.
- Registro de la Propiedad Intelectual. Ministerio de Cultura.

Legislación y marco jurídico

- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.
- Constitución Española de 1978.
- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y

Artísticas.

- Directivas europeas aplicables a la propiedad intelectual y derechos digitales.

Edición, industria editorial y publicación

- Thompson, John B. *Book Wars: The Digital Revolution in Publishing*. Polity Press.
- Clark, Giles y Phillips, Angus. *Inside Book Publishing*. Routledge.
- Greco, Albert N. *The Book Publishing Industry*.
- Celaya, Javier. *La empresa en la nube y la transformación digital del sector editorial*.
- Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Publicaciones sobre gestión de derechos de autor.

Escritura, carrera literaria y profesionalización

- King, Stephen. *Mientras escribo*. Debolsillo.
- Lamott, Anne. *Bird by Bird*. Anchor Books.
- Pressfield, Steven. *The War of Art*.
- Gardner, John. *The Art of Fiction*.
- Goldberg, Natalie. *Writing Down the Bones*.

Poesía contemporánea y crítica literaria

- Bloom, Harold. *El canon occidental*. Anagrama.
- Valverde, José María. *Historia de la Literatura Universal*.
- García Montero, Luis. *Lecciones de poesía para niños inquietos*.
- Steiner, George. *Lenguaje y silencio*.
- Paz, Octavio. *El arco y la lira*.
- Eliot, T. S. *Función de la poesía y función de la crítica*.

Editoriales, premios y entidades de referencia

- Editorial Visor.
- Editorial Hiperión.
- Editorial Pre-Textos.
- Editorial La Bella Varsovia.
- Editorial Vaso Roto.
- Editorial Valparaíso.
- Premio Nacional de Poesía.
- Premio Loewe de Poesía.

- Premio Adonáis.
- Asociación Colegial de Escritores de España (ACE).

Plataformas y herramientas profesionales

- Amazon Kindle Direct Publishing (KDP).
- Bubok.
- Reedsy.
- Canva.
- Adobe InDesign.
- Spotify for Podcasters.
- iVoox.

Entrevistas, artículos y materiales especializados

Para la elaboración de los apartados relativos a gestión cultural, perfopoesía, escena poética contemporánea, laboratorios de creación y profesionalización del poeta, se han consultado entrevistas públicas, conferencias, artículos, programas formativos y contenidos divulgativos de profesionales del sector cultural y poético contemporáneo, entre ellos Gonzalo Escarpa y otros gestores culturales vinculados a la creación literaria actual.

NOTA DEL AUTOR

Las cifras, porcentajes, ayudas, premios, plazos, dotaciones económicas y datos de mercado incluidos en este manual corresponden a la información disponible en el momento de su redacción. Dado que el sector editorial, las convocatorias culturales y la normativa aplicable evolucionan constantemente, se recomienda contrastar siempre la información con las fuentes oficiales correspondientes antes de tomar decisiones profesionales, económicas o jurídicas.

ANEXOS

Anexo 1: Directorio de editoriales de poesía en España

Editorial	Línea editorial	Recepción de originales
Visor	Poesía consolidada y premios	Por convocatoria
Pre-Textos	Poesía literaria de calidad	Convocatoria anual
La Bella Varsovia	Poesía contemporánea	Convocatoria anual
Vaso Roto	Poesía y ensayo poético	Convocatoria anual
Valparaíso	Poesía hispanoamericana	Convocatoria anual
Hiperión	Poesía joven y premios	Convocatoria anual
La Imprenta	Poesía contemporánea	Consultar

Anexo 2: Directorio de premios de poesía

Anexo 3: Directorio de residencias literarias

Anexo 4: Modelo de dosier de prensa

Estructura del dosier:

1. **Biografía**: 100-150 palabras.
2. **Trayectoria**: publicaciones, premios, becas.
3. **Obra**: breve descripción de cada libro.
4. **Críticas**: selección de reseñas relevantes.
5. **Vídeos**: enlaces a recitales o entrevistas.
6. **Contacto**: correo, teléfono, redes sociales.

Anexo 5: Modelo de propuesta cultural para ayuntamientos

Estructura de la propuesta:

1. **Título del proyecto**.
2. **Descripción**: qué se ofrece (recital, taller, ciclo).
3. **Duración**: 45-60 minutos.
4. **Público objetivo**.
5. **Requerimientos técnicos**: espacio, sonido, iluminación.
6. **Caché y condiciones**: tarifa, desplazamiento, dietas.
7. **Biografía del poeta**.
8. **Contacto**.